

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE ARQUITETURA  
PROGRAMA DE PÓS - GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL

Renata Carrero Cardoso

**ESPAÇOS CRIATIVOS: A CONFIGURAÇÃO DE UMA ESPACIALIDADE PELA  
NARRATIVA JORNALÍSTICA**

Porto Alegre, 2017



*Renata Carrero Cardoso*

**ESPAÇOS CRIATIVOS: A CONFIGURAÇÃO DE UMA ESPACIALIDADE PELA  
NARRATIVA JORNALÍSTICA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PROPUR-UFRGS), na linha de pesquisa Cidade, Cultura e Política, como requisito necessário à obtenção do título de mestre em Planejamento Urbano e Regional.

Orientador: Prof. Dr. Eber Pires Marzulo

Porto Alegre, 2017.

## CIP - Catalogação na Publicação

Cardoso, Renata Carrero  
Espaços criativos: a configuração de uma  
espacialidade pela narrativa jornalística. / Renata  
Carrero Cardoso. -- 2017.  
174 f.

Orientador: Eber Pires Marzulo.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura,  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e  
Regional, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Reurbanização. 2. Narrativa. 3. Espacialidade.  
4. Planejamento urbano. 5. Quarto Distrito. I.  
Marzulo, Eber Pires, orient. II. Título.

*Renata Carrero Cardoso*

**ESPAÇOS CRIATIVOS: A CONFIGURAÇÃO DE UMA ESPACIALIDADE PELA  
NARRATIVA JORNALÍSTICA**

Dissertação defendida e aprovada como requisito à obtenção do título de Mestre em Planejamento Urbano e Regional pela banca examinadora constituída por:

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cibele Vieira Figueira  
(Examinadora externa - FAU | PUCRS)

---

Prof<sup>o</sup>. Dr. Eduardo Ernesto Filippi  
(Examinador externo - PGDR | UFRGS)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Heleniza Ávila Campos  
(Examinadora interna - PROPUR | UFRGS)

Porto Alegre, 2017.

*Ao meu irmão Mauro, em memória.*

## **AGRADECIMENTOS**

A leitura dos agradecimentos encontrados na literatura científica nestes dois anos de estudos sempre foi encarada por mim como um rito introdutório a partir do qual buscava compreender parte do universo do autor, seu posicionamento no mundo, suas relações e seu olhar sobre os outros. Os agradecimentos revelam parte de uma sociobiografia por vezes explícitas e, por outras, dispersas em relatos fragmentados, a partir de onde entendo ser possível adquirir mais elementos para acompanhar as escolhas efetuadas pelo autor. Hoje, escrevendo os agradecimentos deste trabalho de pesquisa, passo a refletir um pouco sobre aqueles que contribuíram consciente ou inconscientemente para este momento, e a refletir também um pouco mais sobre mim.

Agradeço, como não poderia deixar de ser, à Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e ao PROPUR (Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional) pela concessão da bolsa durante todo o período de realização deste mestrado.

Meu reconhecimento e forte agradecimento aos professores e funcionários do PROPUR e da UFRGS por todos os ensinamentos acadêmicos e técnicos – essenciais para o meu aperfeiçoamento –, mas também pelos ensinamentos políticos em um período em que fomos especialmente atravessados por esta dimensão.

Agradeço ao professor Eber Marzulo pela cuidadosa orientação, pelo incentivo e pela confiança na realização deste trabalho. E aos pesquisadores do GPIT (Grupo de Pesquisa Imagem e Território/CNPq), pelas experiências e experimentos compartilhados por nossas incursões teóricas e empíricas.

Agradeço à minha mãe e aos meus irmãos Rosângela, Mauro e Alexandre, pela colaboração na minha formação pessoal e profissional, e por me dedicarem sempre o melhor do que podem dispor. Mas agradeço especialmente ao meu irmão Mauro, que me ensinou a escrever as primeiras palavras; que me recontou as narrativas de contos infantis desde uma reinvenção de seus acontecimentos, assim desenvolvendo minha sensibilidade para a possibilidade de outras configurações narrativas; que despertou meu interesse pelas geografias do mundo e para o conseqüente deslumbramento frente à multiplicidade e a heterogeneidade dos espaços. Que se fez sempre a melhor companhia de viagens não apenas físicas. E que foi, e continua sendo, um grande referencial na incessante busca pela construção do conhecimento. Aquele que, por coincidência ou não, dedicou sua vida

profissional na área médica ao estudo da imagem, categoria que tangencia as proposições desta dissertação, e com quem o diálogo foi prematura e inesperadamente interrompido durante a realização desta dissertação. Agradeço por ter sido esse misto de professor, pai, irmão e amigo, e um exemplo de delicadeza e generosidade desde muito cedo. Hoje, com maior clareza, me sinto honrada por essa convivência tão sinérgica e próxima.

Valendo-me da explicação de Brecht para o conceito de aura, “(Benjamin) diz: quando você sente o olhar de alguém pousar em você, mesmo nas suas costas, você reage. A expectativa de que tudo o que você olha está olhando para você cria a aura”, agradeço aos meus sobrinhos, Isabela e Vítor, que ao me fazerem perceber que me olham, me fazem querer ser melhor, e pela possibilidade de continuidade em aberto.

Às amigas do tempo da graduação carregadas sempre dentro do peito, Alessandra Leote, Fani Eichelberger, Giovana Becker e Vanessa Rocha, com quem tracei inúmeros projetos arquitetônicos, urbanos e histórias de vida ao longo de dias e noites, peço desculpas e agradeço por compreenderem minha ausência temporária.

Aos colegas que tive a felicidade de conhecer e conviver, e aos muitos grandes amigos encontrados nos espaços *propurianos*, que não permitiram que minha caminhada nestes dois anos fosse em momento algum solitária e que imprimiram marcas pessoais aos meus processos de pesquisa e aprendizado. E, principalmente, agradeço aos queridos Ana Lilian Brock, Carolina Garcia, Rodrigo Capelato e Tamáris Pivatto pela parceria em produções acadêmicas, mas sobretudo pela presença constante e pelo total envolvimento nos diálogos sobre vida e teoria, e que em muito contribuíram com suas tiradas cômicas, com olhares, palavras de carinho e estímulo, e para que eu me mantivesse emocionalmente forte e equilibrada ao longo desta trajetória.

E ao Fred, pela recepção sempre feliz e festiva, por acompanhar todos os meus movimentos nos momentos de reclusão e por manter uma expectativa respeitosa pelos instantes de brincadeira e passeio. Espero ter mais tempo para a gente agora.



## RESUMO

As propostas de reurbanização de áreas desindustrializadas através do fomento à implantação de atividades da chamada economia criativa destacam-se atualmente nas discussões sobre planejamento urbano e políticas públicas. Aos setores econômicos criativos, passou a ser atribuída a capacidade de atuação enquanto vetores de desenvolvimento econômico e socioespacial, através do estabelecimento de novas espacialidades ao território. Na convergência entre a nova taxonomia da economia e as dinâmicas da produção capitalista do espaço urbano, o território reurbanizado adquire um valor que é potencializado por sentidos simbólicos a ele atribuídos, operados desde elaborações discursivas articuladas pela narratividade. Nesta direção, este estudo procurou analisar a narrativa da imprensa jornalística tendo como objetivo compreender, desde os elementos de composição das narrativas, as estratégias de comunicação que contribuem para a instauração de uma espacialidade criativa e para a conformação de novos valores e práticas sociais, assim como para a demarcação dos rumos da História. Os resultados da pesquisa mostraram que a prescrição da espacialidade criativa do IV Distrito de Porto Alegre|RS pode ser entendida como um mecanismo de (re)produção do espaço e de reinserção de territórios às dinâmicas do mercado de terras. A narrativa jornalística analisada tem desempenhado papel relevante ao ser operada de forma a induzir a instauração não apenas do espaço físico, mas também do espaço social, fomentando tanto seu consumo quanto sua produção.

Palavras-chave: Reurbanização; Espacialidade; Narrativa; Quarto Distrito; Zero Hora

## ABSTRACT

The proposals for redevelopment of desindustrialized areas through the promotion and development of the so-called creative economy activities are currently highlighted in the discussions on urban planning and public policies. To the creative economy sectors, the capacity to act as vectors of economic and socio-spatial development has been attributed through the establishment of new spatialities in the territory. In the convergence between the new economy's taxonomy and the dynamics of capitalist production of urban space, the redeveloped territory acquires a value that is enhanced by symbolic meanings attributed to it, operated from discursive expressions articulated by its narrativity. In this sense, this study sought to analyze the narrative of the press in order to understand, from the elements of composition of the narratives, the communication strategies that contributes to the establishment of a creative spatiality and to the conformation of new values and social practices, as well as for the demarcation for the course of history. The results of the research demonstrate that the prescription of the creative spatiality of the IV District of Porto Alegre|RS can be understood as a mechanism for (re) production of space and reinsertion of territories in the dynamics of the real state market. The analyzed press' narrative has played a relevant role in by operation not only as to induce the instauration of the physical space, but also of the social space, fomenting both its consumption and its production.

Keywords: Redevelopment; Spatiality; Narrative; Fourth District; Zero Hora

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ADVB - Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil

ANJ - Associação Nacional de Jornais

ARP - Associação Rio-grandense de Propaganda

CCI - Centro de Comércio Internacional da Organização das Nações Unidas

CCJ - Comissão de Constituição e Justiça

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

DCMS - Department for Culture Media & Sport do Reino Unido

ESPM-Sul - Escola Superior de Propaganda e Marketing regional sul

Fapergs - Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul

Fecomércio-SP - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo

FEE - Fundação de Economia e Estatística

FIATECI - Fábrica de Fiação e Tecidos Porto-Alegrense

Fiergs - Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul

FIFA - Fédération Internationale de Football Association

Firjan - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

GPIT - Grupo de pesquisa identidade e território

IBGE - Instituto brasileiro de geografia e estatística

IBM - International Business Machines

IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

INOVAPOA - Gabinete de Inovação e Tecnologia

ISS - Imposto Sobre Serviços (ISS)

IPA - Instituto Porto Alegre

IPTU - Imposto Predial, Territorial e Urbano

ITBI - Imposto sobre a Transmissão de Bens Imóveis

MinC - Ministério da Cultura

OBEC - Observatório de Economia Criativa

OBSERVAPOA - Observatório da Cidade de Porto Alegre

OIT - Organização Internacional do Trabalho da Organização das Nações Unidas

OMPI - Organização Mundial da Propriedade Intelectual da Organização das Nações Unidas

ONU - Organização das Nações Unidas

PDDU - Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano

PDDUA - Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental  
PGDR - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural  
PIB - Produto Interno Bruto  
PPP - Parceria público privada  
PHD - Doctor of Philosophy  
PLCE - Projeto de Lei Complementar do Executivo  
PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro  
PMPA - Prefeitura Municipal de Porto Alegre  
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
PROCEMPA - Companhia de Processamento de Dados do Município de Porto Alegre  
PROPUR - Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional  
PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira  
PT - Partido dos Trabalhadores  
PUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
RBS - Rede Brasil Sul  
Refloresta - Grupo de Apoio à Revitalização do Bairro Floresta  
RS - Rio Grande do Sul  
SCIT - Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico  
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SMURB - Secretaria Municipal de Urbanismo  
UFBA - Universidade Federal da Bahia  
UFF - Universidade Federal Fluminense  
UFG - Universidade Federal de Goiás  
UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
UnB - Universidade de Brasília  
UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development  
Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura  
ZH - Zero Hora

## Sumário

INTRODUÇÃO .....	15
1 ENTRE TRAMAS TEÓRICAS E PRÉ-NARRATIVAS CONCEITUAIS .....	31
1.1 DISCURSO JORNALÍSTICO: FUNÇÃO MEDIADORA E CONFIGURAÇÃO NARRATIVA.....	31
1.2 OS DIZERES DO ESPAÇO .....	38
1.3 OS DIZERES ECONÔMICO CULTURAIS .....	46
1.4 OS DIZERES DA ECONOMIA CRIATIVA E SUA ESPACIALIZAÇÃO .....	51
2 NARRATIVA HISTÓRICA .....	62
2.1 ANTECEDENTES DO ESPAÇO .....	62
2.2 CONDIÇÕES PRESENTES DO ESPAÇO .....	64
2.3 PROJEÇÕES PARA O FUTURO EM TEMPO PRESENTE.....	69
3 RELATOS DA PESQUISA: DO MÉTODO AO <i>CORPUS</i> .....	72
3.1 CONSTRUÇÃO DO MÉTODO.....	76
3.2 COMPONENTES DA NARRATIVA: DELIMITAÇÃO DO <i>CORPUS</i> .....	80
3.3 DESCREVENDO E ANALISANDO A NARRATIVA DE UMA ESPACIALIDADE.....	93
3.3.1 PUBLICAÇÕES ENTRE 2009 E 2013 .....	97
3.3.2 PUBLICAÇÕES ENTRE 2014 E 2015 .....	105
3.3.3 PUBLICAÇÕES EM 2016.....	130
4 RELATOS FINAIS: CONCLUSÃO .....	144
4.1 RESSUBJETIVAÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA .....	144
4.2 ALINHAVANDO AS TRAMAS TEÓRICAS.....	151
REFERÊNCIAS.....	160

<b>ANEXO I .....</b>	<b>168</b>
<b>ANEXO II .....</b>	<b>170</b>
<b>ANEXO III .....</b>	<b>173</b>
<b>ANEXO IV .....</b>	<b>174</b>

## INTRODUÇÃO

*Toda narrativa é uma escolha e uma construção;  
é um discurso e não uma série de acontecimentos.  
(Tzvetan Todorov)*

As palavras colocadas em epígrafe neste trabalho são parte da obra *As estruturas narrativas* (1969), de autoria do filósofo e linguista búlgaro Tzvetan Todorov, e foram escolhidas um dia após a morte do autor, sem que se tivesse conhecimento prévio deste acontecimento. Coincidente ou ironicamente, este acontecimento acabou sendo determinante para a escolha definitiva da epígrafe de um trabalho de dissertação que tem a construção de narrativas hegemônicas da espacialidade como objeto de estudo – narrativas estas que, por recursos discursivos, adquirem status de realidade factual. O discurso aqui posto em marcha inicia-se pela abordagem da interpenetração entre o desenvolvimento atual do capitalismo e seus modos de operação na sociedade visando a sua acumulação.

Nas sociedades de capitalismo avançado (BRESSER-PEREIRA, 2011), os setores ligados à chamada economia criativa despontaram como componentes fundamentais da economia, tornando-se setores altamente promissores para a aceleração da acumulação capitalista. A imaterialidade e forte carga simbólica, características dos bens produzidos pelos setores criativos, são fatores que facilitam a atribuição de sua obsolescência, fomentando uma constante criação de novas demandas, que tem como consequência, a consolidação de mercados fortemente orientados pelo consumo (LIPOVETSKY e SERROY, 2015).

No novo modo de funcionamento do capitalismo, as exigências monetárias trazem cada vez mais à superfície o imperativo da criatividade. Com a exploração racional das dimensões estético-imaginárias-emocionais, objetiva-se a lucratividade e a conquista de amplos mercados, cada vez mais caracterizados pelo hiperconsumo (LIPOVETSKY e SERROY, 2015). Estas características, agora exacerbadas, desenvolvem-se como um estágio posterior às formas de produção de massa, e o desejo de distinção dos

consumidores leva à necessidade de se imprimir características exclusivas aos produtos. Neste estágio, o modo de produção migra de valores meramente funcionais para um modo de produção que agrega valores estéticos, no qual economia e estética compõem esferas que se hibridizam. Para estes autores, a modificação das formas de consumo nos coloca, enquanto sociedade, diante de um grande paradoxo do estágio de desenvolvimento atual do capitalismo: vivenciamos efeitos desastrosos nos planos moral, social e econômico, ao mesmo tempo em que vivemos a potencialização das dimensões criativas, intuitivas e emocionais, que estilizam o universo cotidiano, estetizam as normas de vida e dos gostos (LIPOVETSKY e SERROY, 2015). Todavia, “a inconsequência e a frivolidade de viver são comprometidas pela miséria social e pela sorte trágica dos que ficam à margem” (ibid, p.33), evidenciando-se que o acesso às necessidades básicas do ser humano, e tampouco a fruição das dimensões estéticas-imaginárias-emocionais, não se efetivam para todos.

No campo teórico, o conceito de economia criativa, cujo desenvolvimento ancora-se nas características da sociedade hipermercantil evidenciadas por Lipovetsky e Serroy (2015), foi difundido por um conjunto de acadêmicos, principalmente oriundos de países anglófonos. A autoria da expressão economia criativa é atribuída ao teórico britânico John Howkins, participante ativo em uma força-tarefa empreendida pelo *Department for Culture Media & Sport* (DCMS) do Reino Unido, iniciada em 1997, durante o governo do primeiro-ministro Tony Blair que, diante do contexto global e da nova geografia produtiva que desestabilizava a economia do país, procurou identificar quais setores da economia britânica poderiam lhes trazer maiores vantagens competitivas frente à economia global para, assim, buscar reordenar e canalizar os investimentos públicos de modo a fomentar estes setores (REIS, 2012). A força-tarefa resultou na publicação do documento *Creative Industries Mapping Document* (DCMS, 2001), no qual Chris Smith, então Secretário de Estado para a Cultura, Mídia e Esportes, anunciou ao mundo em tom quase profético que “as economias e as sociedades mais bem sucedidas no século XXI serão, também, as mais criativas” (DCMS, 2001, p. 03 - tradução minha)<sup>1</sup>. A partir disso, não tardou para que os setores

---

<sup>1</sup> Cf. DCMS, 2001. "The most successful economies and societies in the twenty-first century will be creative ones."



criativos fossem atrelados a um novo paradigma de desenvolvimento, transbordando também às porções de território por eles ocupadas e conferindo forte repercussão às teorias sobre a economia criativa em diversos setores da sociedade.

Aos setores da economia criativa, nas questões que se reportam ao planejamento urbano, atribuiu-se a capacidade de incidir como vetores e como prescrições para o estabelecimento de novas espacialidades ao território. Estas espacialidades estariam vinculadas à criação e ao estímulo da ambiência desejada para se produzir benefícios econômicos e sociais e para a recuperação de áreas urbanas degradadas ou para o desenvolvimento de novas áreas (UNCTAD, 2010). Para atingir tal ambiência, as atividades econômicas destes setores utilizam a proximidade espacial como critério de localização, tendendo a se estabelecer em aglomerados ou *clusters* (PORTER, 1990) culturais ou criativos. A proximidade espacial entre atividades econômicas ou urbanas complementares é um fator que já foi amplamente estudado dentro das teorias sobre a economia urbana e da produção capitalista do espaço. Entende-se que estes modos de organização espacial que se efetivam por relações de proximidade e complementaridade, também no caso da economia criativa, buscam garantir a eficácia do sistema econômico produtivo, em que a necessária produção e troca de conhecimentos e de informações economicamente úteis fazem uso de condições geográficas e de desenvolvimento de um território, embora trazendo consequências e externalidades que extravasam sobre as pré-condições socioespaciais.

Em uma perspectiva de alerta ao desenvolvimento de políticas para a criatividade, observa-se que nos locais onde a economia criativa tornou-se prática consolidada enquanto instrumento para reapropriações de territórios, tem-se afirmado que as políticas urbanas propostas com base neste setor econômico tem falhado em sua intenção de promover o desenvolvimento socioeconômico, pois acabam não envolvendo ou não atingindo as camadas sociais mais baixas (FERREIRA, 2010; MENDES, 2012). O que ocorre é que os setores da economia criativa permitem oportunidades apenas para as camadas sociais superiores – notavelmente pessoas com alto nível de escolarização –, redesenhando, assim, desigualdades e renovando segregações espaciais, sociais e simbólicas. Além disso, o discurso que se revela

promissor por estar pautado e permeado por ideais coletivos de integração econômica e socioespacial plenos, na realidade acaba atendendo principalmente a interesses particulares, a partir do momento em que a ambiência ali produzida, um bem coletivo, é capitalizada comercialmente por poucos. Neste sentido, aponta-nos Harvey (2014 [2012]) que:

Os que criam um cotidiano comunitário interessante e estimulante acabam por perdê-lo para as práticas predatórias dos agentes imobiliários, dos financistas e consumidores de classe alta, que carecem totalmente de qualquer imaginação social urbana. Quanto melhores as qualidades comuns que um grupo social cria, mais provável é que sejam tomadas de assalto e apropriadas por interesses privados de maximização de lucros. (HARVEY, 2014 [2012], p.153)

Este é um ponto central nas teorias sobre a gentrificação (BIDOU, 2006; GLASS, 1964; HAMNET, 1991; SMITH, 1987; LEITE, 2008; LEY, 2003), na qual a conjugação de fatores econômicos, como a existência de áreas da cidade economicamente desvalorizadas, e fatores culturais, como a preferência de determinado segmento de classe por áreas economicamente desvalorizadas devido à algum critério de atratividade, é responsável por despertar o interesse por áreas da cidade anteriormente ocupadas pelas classes mais baixas da hierarquia econômica, resultando na expulsão destas pelo aumento do custo da terra ou do custo de vida nestas áreas redescobertas pelas classes superiores. O processo de gentrificação se desencadeia pela presença de atividades ou de profissionais vinculados aos setores criativos. No cenário internacional, a partir de Bidou (2006), algumas experiências, como as ocorridas dos anos 1950 até meados do anos 1970, no SoHo<sup>2</sup>, Greenwich Village, Upper West Side, Brooklyn Heights ou no Harlem, em Nova York, por exemplo, indicam que, em princípio, a apropriação de um espaço para atividades culturais e criativas, ligadas ao setor econômico terciário, são capazes de gerar um espaço heterogêneo. Todavia, a nova estruturação e vitalidade, principalmente econômicas, trazidas a determinados espaços urbanos devido à sua ocupação por atores pioneiros, que se aproveitam das “sobras” do mercado imobiliário – geralmente em áreas centrais que passaram por processos de desvalorização e abandono –, para utilizá-los como espaço de trabalho ou moradia, ou mesmo ambos, atrai também investidores urbanos, viabilizando processos de

---

<sup>2</sup> South of Houston Street.

enobrecimento. A problemática que se coloca a partir da retomada destes espaços pelos artistas, ou classe criativa (FLORIDA, 2011 [2002]), é que, ao atraírem frequentadores e consumidores mais abastados para estas áreas, opera-se uma transformação acelerada do espaço físico e social, pois

mesmo quando os agentes abastados dessa estruturação não desejam expulsar os moradores pobres do local, o “enobrecimento” é um processo que resulta num mercado imobiliário em torno do “lugar” de diversidade social e cultural criado por artistas, intelectuais e classe trabalhadora. Numa paisagem cada vez mais homogênea, a diversidade tem valor de mercado. (ZUKIN, 2000, p.108 - grifos da autora)

Assim, esses espaços inicialmente diversos tenderiam à homogeneização através de um processo de gentrificação, na medida em que fossem reincorporados à dinâmica rentista do mercado imobiliário. Os desejos de investimento nesses espaços, outrora abandonados, onde não mais havia interesse de investimento devido à baixa lucratividade, ganham novo fôlego a partir de uma transformação de hábitos, de valores culturais e simbólicos da sociedade, que passa a desejar e demandar espaços desta natureza. Através do destaque que se confere às atividades culturais, sobretudo artísticas, e da ambiência aprazível que elas geram, são atribuídos novos conteúdos às formas presentes no território (SANTOS, 2014 [1996]), que são percebidas por promotores da produção do espaço, autoproclamados visionários, e que são cooptadas, culminando com o desenvolvimento de subjetividades acerca de determinada espacialidade, assim corroborando com a ideologia hegemônica do progresso via destruição criativa. Com base em Harvey (2014 [2002]), observa-se que os discursos que se estruturam a partir do fomento apenas aos setores ou na classe criativa podem trazer efeitos indesejados às cidades, pois a concentração destes sobre determinada porção do território tende a atrair os interesses dos grandes capitais econômicos, que enxergam na ambiência criativa, na existência de um comum urbano (HARVEY, 2014 [2012]) a possibilidade de investimentos com grande potencial de retorno. Na cooptação do espaço urbano pela produção capitalista, o território adquire um valor de mercado que é possibilitado por valores simbólicos nele instituídos (ZUKIN, 2000), potencializando a concentração de incentivos e aportes financeiros a territórios específicos, logo, beneficiando-se de distinções geográficas e reproduzindo

desequilíbrios no desenvolvimento socioespacial e também no desenvolvimento econômico gerados pela captura e concentração dos fluxos econômicos.

No Brasil, recorrendo a uma abordagem histórica que permita compreender o contexto político e socioeconômico no qual os setores criativos tomam a frente como setores potenciais para o desenvolvimento econômico e socioespacial, é razoável remeter-se à atuação do Estado desde o período que abrange os primeiros anos pós-redemocratização, ocorrida em 1985, até os anos atuais, passando pelas mudanças verificadas a partir dos anos 2000. Entre 1985 e os primeiros anos da década de 2000, as políticas governamentais propostas foram caracterizadas por princípios neoliberais baseadas no trinômio liberalização, privatização e desregulação, permitindo a transferência dos ativos do Estado para o mercado (MARICATO, 2014, p. 40). Segundo Vainer (2011 [2000]), tal período é marcado, também, pela mercantilização da cidade e pela competitividade entre cidades que passavam abertamente a disputar pelas maiores inversões de capital nacional ou internacional.

[...] os conceitos de poder público e de governo da cidade são investidos de novos significados, numa operação que tem como um dos esteios a transformação da cidade em sujeito/ator econômico e, mais especificamente, num sujeito/ator cuja natureza mercantil e empresarial instaura o poder de uma nova lógica, com a qual se pretende legitimar a apropriação direta dos instrumentos de poder público por grupos empresariais privados. (VAINER, 2011 [2000], p. 89)

Desta forma, a cidade passou a ser vista como uma empresa e, portanto, o planejamento urbano deveria incorporar a lógica da gestão empresarial, e sobretudo dos empresários, e direcionar as políticas urbanísticas a partir da elaboração de planos estratégicos. O período caracteriza-se, portanto, pela prevalência das exigências e pela expropriação do setor privado sobre o poder público. Além disso, desde a promulgação do Estatuto da Cidade (BRASIL, 2001), foram instrumentalizadas operações interligadas entre o poder público e o setor privado. Desde então, as chamadas operações urbanas têm sido apresentadas como *fórmula mágica* capaz de viabilizar necessárias intervenções urbanas em tempos de crise fiscal do Estado (FIX, 2004). Na prática, o que se verifica é a atuação do Estado em prol da viabilização dos projetos expansionistas das grandes empresas de capital privado.

Durante o primeiro mandato presidencial de Luis Inácio Lula da Silva (2003-2006) verifica-se uma modificação nas bases ideológicas da política nacional. As políticas propostas foram estrategicamente orientadas para o desenvolvimento sustentado das necessidades e dos direitos básicos da população a partir de princípios de democracia e justiça social (CORDEIRO, 2014). Para atingir tal objetivo, engendrou-se uma série de políticas públicas que visavam o crescimento com combate à pobreza, redistribuição de renda direta ou pela via da produção e consumo de massa, redução de impostos, investimentos em infraestrutura e em programas habitacionais, realização de megaeventos – como a Copa do Mundo de futebol e as Olimpíadas –, entre outros programas de governo que trataram de dinamizar a economia brasileira. Porém, a busca do chamado bem-estar social, sob as prerrogativas elencadas, ocorreram dentro dos marcos do modelo capitalista e nenhuma grande mudança estrutural foi implementada. Como resultado, o setor privado, principalmente a indústria da construção civil, o mercado imobiliário e o mercado financeiro, beneficiaram-se enormemente desses programas e de seus financiamentos a juros baixos e longos prazos, atuando de forma livre no espaço urbano, demonstrando que a capacidade de incidência das forças empresariais privadas sobre a construção do espaço urbano mantinha-se legitimada e era, então, potencializada pelas políticas nacionais de governo que tinham ainda baixa capacidade regulatória sobre as instâncias locais de governo (MARICATO, 2014), nas quais se materializam as intervenções urbanas. Em simultâneo às políticas de neodesenvolvimentismo (BOITO JR., 2003) implementadas desde o primeiro mandato do presidente Luis Inácio Lula da Silva (2003 - 2006), passa a ganhar espaço no cenário nacional um novo paradigma de desenvolvimento baseado na chamada economia criativa que, sendo amplamente difundido através da ONU<sup>3</sup> e de suas agências<sup>4</sup>, ganha relevância global, chegando também ao Brasil. O programa de governo de Luís Inácio Lula da Silva elaborado para a campanha eleitoral de 2002 já apresentava intenções de fomento aos “setores modernos” (SILVA, 2002) como forma de se atingir um modelo de crescimento sustentado a médio e longo prazo:

---

<sup>3</sup> Organização das Nações Unidas.

<sup>4</sup> Em 2004 foi criado pela Unctad o Grupo Informal Multiagências das Nações Unidas sobre Indústrias Criativas, englobando OIT, CCI, Unctad, PNUD, Unesco e Ompi e com o objetivo de explorar complementaridades das agências para promover ações mais eficazes. (UNCTAD, 2010)

O modelo é portador de uma injeção de aumento de produtividade na estrutura existente, que acompanha o processo de investimento nos segmentos modernos da economia nacional. [...] Nosso governo trabalhará para estabelecer um forte vínculo entre, por um lado, investimentos e progresso técnico e, por outro, salários e demais rendimentos dos trabalhadores.[...] Ao conduzir ao aumento da produtividade, o modelo também estimula as exportações e a substituição de importações. No entanto, nada disso elimina a necessidade de políticas setoriais especiais, verticais, como a de ampliar mais que proporcionalmente as atividades da ponta tecnológica, por sua função geradora de divisas e deflagradora de processos de aprendizagem e capacitação. (SILVA, 2002, p. 34-35)

Embora no programa de governo para o primeiro mandato presidencial de Luis Inácio Lula da Silva não se tenha feito referência à economia criativa, já havia menção a alguns dos setores que a compõem, pautando diretrizes políticas de governo que visavam o crescimento econômico. Em 2004, por iniciativa do Ministério da Cultura, foi realizado um mapeamento para identificar o tamanho do setor cultural do Brasil e a pesquisa concluiu que as indústrias culturais foram responsáveis por 5,7% dos negócios e 4% de absorção da mão de obra do país entre 2003 e 2005, mas que, no entanto, “a falta de indicadores nacionais sobre a oferta, a demanda e o acesso aos produtos e serviços culturais foi uma limitação para a formulação de políticas culturais direcionadas nos níveis nacional e municipal” (UNCTAD, 2010, p.55). Outro estudo mais abrangente foi realizado em 2008, revelando que a cadeia produtiva movimentada pelas indústrias criativas, eram responsáveis por 21% da mão de obra formal do país. A partir deste mesmo ano, uma série de esforços conjuntos começaram a ser implementados, visando ao desenvolvimento de políticas integradas para a economia criativa, desde associação com universidades públicas e centros de pesquisa, para dar suporte a pesquisas, até associação com grupos como o SEBRAE<sup>5</sup>, buscando capacitar empreendedores criativos (UNCTAD, 2010).

Todavia, apenas durante o primeiro mandato presidencial de Dilma Rousseff (2011-2014) foi criada a Secretaria de Economia Criativa no âmbito federal, em 31 de maio de 2012, através do decreto 7.743/2012, como uma nova estrutura regimental dentro do Ministério da Cultura. A Secretaria de Economia Criativa foi criada com a missão de conduzir a formulação, implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e

---

<sup>5</sup> Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros, e com princípios fundados na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira. A iniciativa resultou na elaboração de um Plano Nacional para Economia Criativa, alinhando políticas, diretrizes e ações para o desenvolvimento da Economia Criativa brasileira e servindo de base para a elaboração dos planos municipais de economia criativa que se seguiram ao plano nacional. Dentre as iniciativas e ações propostas pelo Plano Nacional de Economia Criativa, estava a criação do Observatório Brasileiro de Economia Criativa e dos Observatórios Estaduais de Economia Criativa, que foram criados com o fito de produzir informação e conhecimento, gerar experiências e experimentações sobre a economia criativa (BRASIL, 2011), contribuindo também para aproximar universidade e comunidade, para a proposição de diálogos com as cidades, criando pontos de contato entre arte e ciência, e contribuindo também para o mapeamento do setor criativo nos estados brasileiros. O país conta, atualmente, com seis OBECs, um localizado no Distrito Federal e os demais distribuídos em cada uma das cinco subdivisões regionais do país. Os OBECs estão sediados pelas Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal Fluminense (UFF), Universidade Federal de Goiás (UFG), Universidade de Brasília (UnB) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Dentre as capitais que possuem um OBEC, o estudo sobre a cidade de Porto Alegre|RS torna-se relevante pelo seu internacionalmente reconhecido histórico de participação democrática nos processos de implementação de políticas públicas, que tem como um dos princípios basilares o acesso à informação, para o qual os meios de comunicação exercem uma função primordial. É importante, também, porque Porto Alegre|RS aparece como uma cidade de destaque frente aos critérios de atratividade, que a colocam em uma condição privilegiada para o fomento aos setores econômicos criativos e que têm sido utilizados para impulsionar projetos de reurbanização de áreas desindustrializadas. Segundo estudo da Fecomércio-SP, Porto Alegre ocupa a segunda posição no Ranking Brasil, de acordo com o índice geral criativo, que contempla a relação Emprego Criativo per capita/Emprego Super Criativo per capita, ficando atrás somente da cidade de São Paulo (FECOMÉRCIO-SP, 2012), e é a terceira cidade com

maior número de PHD's per capita<sup>6</sup>, dado a partir do qual se tem argumentado que a cidade disponibiliza de mão de obra capacitada para a atuação nos setores criativos.

A Prefeitura Municipal de Porto Alegre (PMPA), em parceria com diversas entidades locais, definiu, entre os anos de 2013 e 2014, as primeiras diretrizes para Economia Criativa em um Plano Municipal de Economia Criativa. O documento elaborado pelo município tem como referência a política nacional para Economia Criativa instituída pelo Plano Nacional de Economia Criativa do Ministério da Cultura (BRASIL, 2011). Assim como no plano nacional, os princípios que norteiam o plano municipal para a Economia Criativa também são: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social (INOVAPOA, 2014).

Recentemente, e em continuidade às políticas de incentivo à economia criativa, elaborou-se no âmbito municipal, através de contratação de consultoria, o Masterplan de Revitalização Urbana via Reconversão Econômica do IV Distrito<sup>7</sup> (SMURB, 2015), tendo como princípio norteador a implantação de uma rede de *clusters* na área do IV Distrito, composta por: *cluster* de indústria criativa, *cluster* tecnológico, *cluster* educacional, *cluster* de saúde, *cluster* habitacional e *cluster* econômico/financeiro.

No que tange ao planejamento urbano, no município de Porto Alegre, as parcerias público-privadas (PPP's) e as operações urbanas consorciadas que se fizeram atuantes a partir de definição legal, têm sido tomadas como instrumentos capazes de viabilizar a realização de grandes projetos de intervenção urbana. Tais formas de intervenção urbana guardam alguma semelhança com as formas de tratamento do território que eram verificadas no apogeu do desenvolvimento industrial de Porto Alegre (STROHAECKER, 1998), ainda no século XX, ou mesmo na Paris do século XIX (HARVEY,

---

<sup>6</sup> Cf. PROCEMPA.

<sup>7</sup> O IV Distrito não é uma divisão territorial oficial da cidade. Hoje, a cidade se organiza por regiões de planejamento e bairros. A divisão do território do município de Porto Alegre em distritos permaneceu vigente até a década de 1950, quando então os 9 distritos que compunham o território passaram a ser desmembrados em bairros. Esta é, portanto, uma definição que resgata definições anteriores do planejamento territorial do município como forma de delimitar uma região com características históricas, sociais e morfológicas semelhantes visando ao planejamento estratégico. A região, sob esta nomenclatura, conforme o artigo 83 do PDDUA (2010), é composta por parte dos bairros Floresta, Humaitá, São Geraldo e Navegantes.



2015 [2003]), porém com outras formas de associação de capitais e com outros níveis de participação e das funções desempenhadas pelos diferentes setores da sociedade.

O discurso sobre a promoção e o desenvolvimento da área do IV Distrito se coloca como uma questão importante para a gestão urbana no município e consta nas estratégias de estruturação urbana, qualificação ambiental e promoção econômica, conforme diretrizes definidas pelo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental (PDDUA, 2010). É alinhado a estas diretrizes que se propõe o masterplan de revitalização<sup>8</sup> para a área, reativando as discussões sobre a reurbanização do IV Distrito. A proposta de reurbanização nasce respaldada por *cases*<sup>9</sup>, como exemplificado na figura 1, cujas experiências em termos de promoção econômica através dos setores criativos se tornaram referência para justificar a proposição de modelos de urbanização e de desenvolvimento para países em desenvolvimento e países menos desenvolvidos.



Figura 1: Divulgação de visita técnica à Barcelona. Fonte: Captura de tela do site oficial da Prefeitura Municipal de Porto Alegre.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> A discussão dos diversos termos que incorporam o prefixo "re-" nas intervenções urbanas não é objeto de aprofundamento neste trabalho. No entanto, para efeito de padronização, será adotada a terminologia *revitalização*, proposta pela municipalidade, para a denotação do projeto Masterplan quando se fizer referência a este ou quando forem explicitadas suas enunciações. A terminologia *reurbanização* será adotada para fazer referência às ações de urbanização de áreas já urbanizadas, termo que se compreende como mais adequado à ação proposta pela municipalidade.

<sup>9</sup> Recorrentemente, o projeto 22@ Barcelona, o Vale do Silício e o Porto Maravilha, no Rio de Janeiro, têm sido utilizados como *cases* pela municipalidade e também pela imprensa local. A municipalidade vem promovendo, inclusive, visitas técnicas de seus gestores, na companhia de empresários locais, a estas localidades para aquisição de subsídios ao conceito do projeto.

<sup>10</sup> Cf. Porto Alegre.

A justificativa pela eleição de tais modelos é dada com base em resultados socioeconômicos considerados satisfatórios, e a adequabilidade para a replicação dos modelos é medida pela identificação de características históricas e processos socioespaciais das localidades de referência semelhantes ao do contexto local – ao menos segundo as abordagens que têm sido operadas pelos atores envolvidos e interessados no processo, tais como as agências multilaterais, o governo, parte da comunidade, a mídia, políticos, empreendedores e proprietários de imóveis.

Neste estudo, parte-se para a investigação da área da problemática elencada, da premissa básica da economia criativa de que é preciso conhecer o contexto histórico e cultural de uma localidade para que se possa obter os melhores resultados para o seu desenvolvimento social e econômico (UNCTAD, 2010). Ao falar-se de contexto, fala-se de um conjunto de circunstâncias que induzem à produção de acontecimentos que são dotados de sentidos. Evidentemente, estas circunstâncias se inter-relacionam em um tempo e em um espaço. Na literatura científica, estas duas dimensões analíticas – tempo e espaço – foram condensadas por diversos autores: desde o campo da física com a teoria da relatividade de Einstein e com algumas teorias da mecânica quântica<sup>11</sup> em que se defende que tudo é formado por campos quânticos que são capazes de gerar eles próprios o espaço-tempo, até o campo da literatura e da linguística através do conceito do *cronotopo* de Bakhtin (1998 [1975]), passando pelo campo da geografia com Santos (2014 [1996]), através do conceito de evento, e chegando até Massey (2015 [2005]), com tempo-espaço.

Tempo e espaço serão destacados nesta dissertação numa tentativa de compreensão dos elementos que constituem a narrativa sobre espacialidades criativas. Acredita-se que conhecer e aplicar a noção teórica que implica na inter-relação entre tempo e espaço na análise de textos de gêneros diversos, de narrativas fáticas ou ficcionais, é um procedimento que pode contribuir para uma compreensão mais profunda de como se organizam e se orientam as narrativas, quais acontecimentos são maximizados e, em oposição, quais acontecimentos são minimizados pelas narrativas.

---

<sup>11</sup> Ver AFSHORDI, Niayesh et al. From Planck Data to Planck Era: Observational Tests of Holographic Cosmology. Phys. Rev. Lett. 118, 041301. Publicado em 27 de janeiro de 2017.

Considera-se, então, que as narrativas sobre o IV Distrito têm sido utilizadas como um dispositivo que permite que as relações sociais, econômicas e políticas da cidade sejam reconstruídas tendo como mote projetos de reurbanização e determinando novas formas de construção e de ordenação dos espaços através da operacionalização de discursos que funcionam como uma espécie de *soft power*. Conforme Certeau (1994), “existem relatos que *marcham* à frente das práticas sociais para lhes abrir um campo” (ibid., p. 211 - grifos do autor). Revela-se a filiação deste estudo à concepção das práticas discursivas enquanto instauradoras de realidades, ou enquanto modificadoras dos objetos por elas relacionados, não apenas no campo linguístico, da linguagem falada ou escrita, através de uma prática narrativa, mas também no campo das interações diretas com o espaço.

A imprensa jornalística, com amplo poder de incidência sobre a opinião, no caso analisado, tem contribuído para a determinação do espaço da economia criativa em Porto Alegre, como percebe-se com a breve demonstração da figura 2. Nos últimos quatro anos, tem sido frequente o destaque da mídia à área de origem do chamado Distrito Criativo no bairro Floresta, colaborando para o reconhecimento da inexorabilidade e para a aceitação do fenômeno como algo de natureza espontânea, promissora e desejável.



Figura 2: Manchetes mídia local. Fonte: Elaboração minha a partir de Zero Hora e Jornal do Comércio.

Ribeiro e Sánchez (1997) alertam sobre a importância da mídia, da qual o jornalismo é parte, nos processos de renovação urbana a partir de representações que são veiculadas e tornadas públicas pela prática jornalística.

[...] a mídia entra no processo de renovação urbana como veículo privilegiado, pois molda as representações acerca das transformações urbanas e dos lugares produzidos. Por meio dela, são produzidos signos de bem-estar e satisfação no consumo dos espaços de lazer, são criados comportamentos e estilos de vida e é promovida a valorização de lugares, bem como os usos considerados 'adequados' (RIBEIRO E SÁNCHEZ, 1997, p. 101).

Entende-se, portanto, que este segmento da sociedade, a imprensa jornalística, desponta como um importante objeto de análise para os estudos urbanos. Logo, as narrativas jornalísticas que contribuem para a constituição de uma espacialidade criativa serão objeto de investigação nesta dissertação. A proposição parte de um pensamento crítico à construção de narrativas que induzem a leituras totalizantes do espaço, tendendo a tratá-lo como elemento possuidor de essências, a partir do que se postula que os caminhos das políticas socioespaciais não poderiam ser outros senão aqueles que estão sendo narrados. Entende-se que as disputas pela manutenção das estruturas sociais (BOURDIEU, 1997a) se revelam através dos múltiplos discursos que são, também, estrategicamente orientados para a produção do espaço.

Diante do panorama teórico e empírico apresentado, definir-se-á como tema *a narrativa das espacialidades*. A proposição do tema se explica uma vez que se entende que o espaço não é *a priori* criativo, mas que ele deriva de uma sequência e conjunto de práticas discursivas. Refuta-se, portanto, a ideia de que haveria uma substancialidade inerente ao espaço. Argumenta-se que, para a instituição de espacialidades criativas, as dimensões espaço-temporais de uma porção do território são estrategicamente manipuladas pelos praticantes do espaço, que se espacializam através de suas elaborações discursivas. Teremos, portanto, como objetivo geral compreender a instauração da espacialidade criativa a partir da narrativa construída pela imprensa.

Como suporte para as análises pretendidas para o estudo de caso, parte-se das teorias sobre narrativas de Benjamin (1985 [1936]), Ricoeur (1994 [1983]) e do método de

análise pragmática da narrativa jornalística (MOTTA, 2013). Na metodologia que será construída, tensiona-se a afirmação de Benjamin (1985 [1936]) de que a informação jornalística enfraqueceu a arte de narrar, pois toma-se exatamente o gênero jornalístico como um dispositivo de construção de narrativas da informação, como uma força produtiva (BENJAMIN, 1985 [1934]) e enquanto uma das formas de narração que resiste à passagem da modernidade, momento de seu surgimento, para a pós-modernidade, configurando-se como um gênero narrativo de matizes próprias da época na qual esta pesquisa se insere. Esboça-se, também, uma aproximação entre narrativa e discurso, na medida em que os discursos serão tomados como componentes das narrativas e uma vez que estão submetidos a um direcionamento proveniente de quem narra o fato ou acontecimento ao leitor, o jornalista-narrador, segundo a linha editorial do veículo de comunicação para o qual escreve. De certa forma, aproxima-se, assim, teoricamente, a narrativa jornalística à narrativa ficcional.

Basicamente, define-se como técnica de pesquisa a pesquisa em jornal e a pesquisa documental, contemplando documentos oficiais e instrumentos legislativos que conferem, em certa medida, um viés historiográfico a este estudo. Para a pesquisa, partiu-se para a construção do método tendo em vista a realização de três procedimentos: o primeiro correspondeu à seleção de um conjunto de matérias jornalísticas no qual o *lócus* ou a temática definida para a pesquisa apareciam como objeto da informação e, a partir daí, tomou-se o conjunto de matérias jornalísticas como constituidoras de narrativas sobre o espaço e a sociedade. Compreende-se que a recorrência temática e discursiva verificadas nas matérias de jornal permitem sua análise a partir da perspectiva da construção narrativa. O objetivo deste primeiro procedimento foi identificar como se realiza a produção de sentido do espaço e do tempo, a partir das matérias jornalísticas, tendo como critérios de análise a forma como os elementos espaço-temporais foram narrados e a identificação dos acontecimentos aos quais foram conferidos visibilidade.

A escolha da plataforma de comunicação jornal se justifica diante da maior credibilidade que é facultada a esta plataforma de comunicação em comparação com outras plataformas hoje disponíveis (BRASIL, 2014). Paralelamente, e como

procedimento complementar, recorreu-se à técnica de observação de eventos capitaneados pelos atores, nos quais se entende que parte das narrativas são tecidas. A observação auxiliou na indicação de novos caminhos para a pesquisa, além de ter fornecido bases importantes para a análise das narrativas sobre as espacialidades no tempo do agora.

No capítulo 1, no item 1.1, realiza-se uma abordagem teórica que permita a aproximação entre narrativa e o discurso jornalístico. Tal aproximação se coloca contrária às proposições de Benjamin (1985 [1936]), mas, ao mesmo tempo, insere-se a partir de brechas encontradas na teoria do autor sobre a narrativa e a partir de Ricoeur (1994, [1983]), tornando-a possível de ser revisitada para que se circunscreva o fenômeno observado e para que tais teorias se estruturam como pano de fundo para que sejam alcançados os objetivos propostos para este estudo. No item 1.2, são abordadas algumas das definições conceituais que dizem o espaço, compreendido aqui enquanto uma categoria analítica cuja construção se efetiva no campo das inter-relações sociais. No item 1.3, a abordagem teórica procura estabelecer o quadro econômico cultural que se estabeleceu em décadas recentes e que está em processo de coconstituição com a nova abordagem de setores econômicos em torno da criatividade. No item 1.4, com base em autores como Howkins (2013 [2001]), Throsby (2001), Hartley (2005), Caves (2002 [2000]) e Florida (2011 [2002]), traça-se um panorama do contexto e das principais questões que contribuíram para que o conceito de economia criativa fosse tecido.

No capítulo 2, procurou-se realizar uma abordagem historiográfica do fenômeno e no item 2.1 foram explicitados os eventos historiográficos imputados ao IV Distrito e que têm sido acionados pelas narrativas jornalísticas, uma vez que a narração para chegar ao seu ponto final, portanto no tempo futuro, exige também um agenciamento da memória, portanto do tempo passado. Neste sentido, narratividade e temporalidade estão mutuamente implicadas.

No capítulo 3, efetuou-se, primeiramente, uma discussão sobre construção de método em pesquisa em ciências sociais e sobre o método construído para a abordagem do estudo de caso, para, na sequência, ser apresentado o processo de coleta de dados

realizado para o estudo, bem como o processo de criação de critérios para filtragem e análise dos dados e apresentação do *corpus* resultante.

Nas considerações finais, são aproximadas as discussões teóricas trazidas ao longo do desenvolvimento da dissertação em relação aos resultados obtidos a partir da pesquisa empírica. As proposições teóricas iniciais são avaliadas à luz das evidências trazidas pela pesquisa empreendida, da mesma forma que o referencial teórico utilizado é avaliado. São avaliados, também, os resultados e a relevância das discussões propostas para as reflexões dentro dos estudos sobre o planejamento urbano e territorial. Por fim, são apontadas algumas possibilidades de continuidade da pesquisa desde pontos de investigação que permanecerem em aberto.

## **1 ENTRE TRAMAS TEÓRICAS E PRÉ-NARRATIVAS CONCEITUAIS**

### **1.1 DISCURSO JORNALÍSTICO: FUNÇÃO MEDIADORA E CONFIGURAÇÃO NARRATIVA**

A virada linguística provocou alterações no entendimento sobre a produção do conhecimento rompendo com o paradigma representacional platônico a partir do qual eram estabelecidos os limites discursivos como intransponíveis e instauradores de uma realidade única e acabada (MARZULO et al., 2005). Compreende-se que é no uso cotidiano da linguagem que os códigos linguísticos e seus sentidos atribuídos formam-se, transformam-se, suprimem-se e se inter-relacionam, atuando para a construção e reconstrução de concepções de mundo.

Assim, presume-se que o domínio da língua é de suma importância, uma vez que é principalmente a linguagem verbal que vai permitir ao ser humano delimitar, inter-relacionar, compreender, descrever os fenômenos observados ou experienciados e, então, instaurar discursos mergulhados em concepções ideológicas e em relações de poder e de saber. A linguagem é, portanto, o instrumento cujo domínio permite que relações sejam construídas, que formas de comunhão sejam estabelecidas, influenciando nas formas de construção e de ordenação do espaço, da economia, da

política, através das inter-relações discursivas (ARAÚJO, 2007). As formas e os usos da linguagem são também sensíveis ao meio em que se desenvolvem, às experiências individuais ou coletivas, moldadas desde os círculos familiares, escolares, profissionais, sendo ao mesmo tempo produzidas e produtoras das relações com o mundo, atuando também como elemento de distinção das condições socioculturais e também do reconhecimento diante do outro, resultante das habilidades de se transcorrer sobre determinado tema ou conteúdo, conferindo-lhe uma credibilidade que é proveniente do domínio discursivo.

Dentro das teorias dialógicas, considera-se que os enunciados, segundo a abordagem bakhtiniana (BAKHTIN, 2003 [1979]), são formados por uma multiplicidade de vozes, ainda que proferidos por um único emissor. O uso da linguagem se efetiva na assimilação e na relação com outras vozes, sendo a linguagem, portanto, portadora de uma polifonia. Poder-se-ia, inicialmente, pensar que a linguagem necessita apenas de um falante (ou escritor), contudo, concebe-se que é na relação dialógica com o outro, para quem se orienta o enunciado, que ela adquire significado, substancialidade, encontrando, assim, suas possibilidades de postulação, de desdobramentos, de encontrar aceitação ou oposição, ou seja, encontrar uma interlocução capaz de condicionar posicionamentos no espaço social. Sobre este aspecto, contribui Brandão (2012):

No uso efetivo, em oposição a uma visão homogeneizadora da língua, não há um sentido literal, fixo em que as palavras signifiquem sempre a mesma coisa indiferentemente, mas que a palavra é polissêmica, ela muda de sentido conforme o posicionamento sócio-histórico-ideológico assumido pelo sujeito em conformidade com a formação discursiva em que sua fala se insere. (BRANDÃO, 2012, p. 42)

Brandão (2012) chama a atenção para um fato bastante importante que é o lugar de onde se fala, o posicionamento sócio-histórico-ideológico no qual o emissor está inserido. Em termos foucaultianos, este lugar estaria relacionado à formação discursiva na qual sua fala se insere, na identificação de uma regularidade de objetos, tipos de enunciação, conceitos, escolhas temáticas existentes entre um certo número de enunciados (FOUCAULT, 2013 [1969]). Para o autor, o que institui um discurso é o



conjunto desses enunciados, que se encontram apoiados sobre a mesma formação discursiva.

Benjamin (1985 [1936]) diagnosticara que uma nova forma de comunicação, oposta à narrativa épica, havia se destacado em concomitância com a consolidação da burguesia e os valores e hábitos culturais por ela preconizados. Esta nova forma de comunicação seria a informação. Difundida pelo desenvolvimento da imprensa, a informação colocava um processo de transmutação na forma de narrar que, segundo o autor, estava em marcha desde o desenvolvimento do gênero literário do romance. Todavia, embora Benjamin (1985 [1936]) lance mão de afirmações categóricas que colocam a arte de narrar em vias de extinção e a comunicação através da informação como responsável pelo esvaecimento da transmissão de experiências intercambiáveis – afirmações das quais derivariam as dificuldades de aproximação entre a narrativa e a informação ou o discurso jornalístico–, entende-se, juntamente com Ricoeur (1995 [1984]), que “a função narrativa pode se metamorfosear, mas não morrer” (ibid. p. 46). Considera-se que não ocorre que a arte de narrar esteja em extinção, mas que ela foi modificada com a transformação das forças produtivas desenvolvidas no seio da sociedade. Estas transformações incluem o desenvolvimento da imprensa jornalística como instância privilegiada para a expressão comunicacional dos relatos da sociedade moderna, onde supostamente a neutralidade do fato relatado prevaleceria, e que, portanto, precisa ser debatida e compreendida em conjunto com o desenvolvimento das teorias de comunicação e da linguagem. Ocorre que, a partir do desenvolvimento da imprensa, algumas das possibilidades de narração do e sobre o mundo passam a estar concentradas e sob o domínio de grupos que detêm os meios de produção e difusão da informação, primeiramente na forma impressa e, posteriormente, nas formas áudio e visual.

A genuína preocupação que fora colocada por Benjamin (1985 [1936]) se justifica diante da iminência de uma perda da vinculação com a história, com as memórias que permitiriam a transmissão de reminiscências, de acontecimentos a serem passados de geração para geração e que, segundo o autor, estariam fadadas à extinção diante do desenvolvimento da informação como meio de comunicação. Ao identificá-las,

narrativa e informação, como pertencentes a domínios antinômicos, o autor parte de uma concepção do que seria uma verdadeira narrativa, relatos capazes de suscitar desenvolvimentos ou reflexões posteriores ao narrado, na medida em que a arte dos mestres em narrar consistiria em não oferecer explicações para os acontecimentos narrados, deixando a narrativa aberta para sua continuidade, e consistiria, também, em incorporar as coisas narradas à experiência dos seus ouvintes. Neste sentido, e em princípio, opõe-se narrativa e informação na medida em que esta aspira a uma verificação imediata dos fatos, dos acontecimentos, enquanto que na narrativa

[...] o extraordinário e o miraculoso são narrados com a maior exatidão, mas o contexto psicológico da ação não é imposto ao leitor. Ele é livre para interpretar a história como quiser, e com isso o episódio narrado atinge uma amplitude que não existe na informação. (BENJAMIN, 1985 [1936], p. 203).

É esta ausência de acabamento das narrativas que, na visão de Benjamin (1985 [1936]), deixaria espaço para a emergência de sentidos. Contudo, entende-se que a informação ofertada, ainda que de forma acabada pela factualidade e neutralidade mediante a qual a imprensa jornalística logrou institucionalizar-se na sociedade moderna, não prescinde de uma atribuição de sentido que é conferida aos fatos, mas que se faz aparentemente ausente pelo uso de recursos de linguagem. No jornalismo, a narrativa se apresenta como potência.

O que está também em questão é o fato de que os relatos cotidianos empreendidos pelos narradores autônomos acabam sendo sobrepujados e, em certa medida, tornam-se passíveis de serem condicionados aos relatos e experiências provenientes de grupos com maior poder de comunicação, que conferem ao ato de enunciação uma função utilitária, tal com ocorria nas narrativas épicas, e que corroboram com a instituição de concepções coletivas de construção ou ordenamento do mundo. Desta forma, alinha-se a Benjamin (1985 [1936]) no entendimento de que a redução da comunicabilidade da experiência torna-se patente na medida em que a informação oferecida por esses grupos, que se dá de forma massiva e com possibilidades de alcance e de velocidade de difusão superiores às possibilidades dos relatos orais dos narradores autônomos, conduz ao empobrecimento da variedade e das possibilidades de múltiplas narrativas, culminando com a produção massiva de narrativas que se tornam hegemônicas, factualidades tomadas como inalienáveis, que deixam pouco

espaço para contestações e oferecem modelos *standard* de pensamento dos quais derivarão processos de subjetivação.

Também a partir de Bourdieu (1997b) é possível aproximar a produção da imprensa jornalística à produção de subjetividades quando o autor afirma que “a mídia não cessa de intervir para enunciar veredictos” (ibid., p. 83). Desta afirmação, entende-se que a imprensa, da qual o jornalismo é parte, é uma instância decisiva nos processos de subjetivação, influenciando modos de pensar, de se comportar, de se relacionar, valendo-se de enunciados tomados como verdades pelo receptor da informação. Constitui-se, portanto, como um dos mais importantes artefatos sociais da era moderna devido ao seu poder de produção ou reprodução de estruturas dominantes, de significações e de interpretações do mundo, atuando diretamente sobre processos de individuação com reflexos sobre a produção de um *ethos* cultural, a partir do qual se compreende o mundo. Atuam como discretas narrativas acabadas que se colocam prontas para serem consumidas pelos receptores na forma de informação.

As recentes transformações ocorridas no meio jornalístico, a saber, a digitalização da informação através do universo online confere nova dinâmica aos processos de emissão e de recepção da informação. Vislumbra-se que, com as recentes transformações, processos de subjetivação foram acelerados pela instantaneidade da produção, pela difusão e pelo acesso à informação que o universo online permite. A produção de informação online traz novas implicações para a formação da memória coletiva e, também, novas condicionantes às teorias da comunicação.

Se na mídia tradicional impressa o sistema de comunicação poderia ser comparado a uma via de mão única, ou ao menos uma via onde o processo dialógico se dá de forma mais lenta, o universo online possibilita uma troca ativa e quase instantânea de comunicação dialógica, seja confrontando, seja dando espaço à construção de outras narrativas e à produção de sentidos outros sobre determinado acontecimento. Este fato, que se configura com um evento, conforme a abordagem ricoeuriana, pode inaugurar um processo revolucionário dentro da narrativa hegemônica que se constrói ou, por outro lado, servir para o seu abastecimento, a partir de um processo de cooptação, sem que seu ponto de chegada seja necessariamente modificado desde

seu objetivo inicial. Reside, aí, a relevância da compreensão das narrativas operacionalizadas pela imprensa jornalística, em que se questiona a suposta neutralidade do veículo de comunicação e, dentro dos fenômenos abarcados pelo planejamento urbano, requer-se a observação principalmente daquelas narrativas que dizem o espaço, colocando-o dentro do embate entre a produção discursiva e a produção do real. As narrativas e a produção de efeitos de realidade que se produzem com elas colocam o fenômeno observado, portanto, dentro do campo das disputas discursivas, onde estratégias de comunicação operacionalizadas por agentes econômicos e políticos são utilizadas para capturar instrumentos da sociedade em benefício de seus interesses, com um conteúdo proposicional, e através de enunciações que se ancoram à égide da verdade.

Para Ricoeur (1995 [1984]), é possível atrelar discurso e narrativa na medida em que esta conta uma história, portanto vivendo da sua relação com a história que conta e vivendo enquanto discurso, da relação com a narração proferida. A partir deste ponto, compreende-se a preocupação de Benjamin quanto à possibilidade de perdas na transmissão de reminiscências através da história, pois para o autor o discurso historiográfico linear, evolutivo do progresso, exclui todos os outros acontecimentos que não foram registrados ou incluídos no discurso dominante. Discursivamente, as narrativas jornalísticas se constroem através de estratégias de comunicação que se valem de recursos linguísticos e extralinguísticos visando à transmissão de uma realidade produzida, criando-se efeitos de real (MOTTA, 2004), criando a história. Ao ato de narrar, procede o ato de construção do acontecimento jornalístico, o que permite aproximar a prática da comunicação da informação à prática do mestre narrador da teoria benjaminiana.

o narrador se esforça por traduzir em relatos diretos os acontecimentos de sua observação e através de recursos linguísticos cria efeitos de real. Nesses momentos, os relatos se remetem ao grau máximo de objetividade. Ao revés, quando ele deixa-se penetrar por percepções estéticas, cresce a subjetividade e as emoções transparecem e podem induzir o leitor a uma reação emocional. (MOTTA, 2004, p. 44)

Como produto cultural, as matérias veiculadas pela imprensa jornalística utilizam, ou mesclam, narrativas fáticas e imaginárias. Tal como se constituíram as narrativas

épicas (RICOEUR, 1995 [1984]), as narrativas jornalísticas tendem a começar por um corte *in medias res*, pelo seu clímax (MOTTA, 2005, p.6), para, em seguida, voltar à narrativa no tempo com finalidades explicativas (RICOEUR, 1995[1984], p. 140). Assim, procuram produzir determinados efeitos de sentido para ganhar a adesão do receptor da informação. Narram não apenas fatos supostamente evidentes, mas também contribuem, e algumas vezes determinam, as construções do espaço físico e as construções do espaço social. Construções estas onde são sugeridos, ou transparecem, princípios éticos, ideológicos, estéticos que se sustentam em elementos, nos fatos, ou indícios constantes na sociedade do agora, do tempo no qual se produz a notícia, mas que se constituíram desde o passado. Evidencia-se, assim, a interdependência entre narratividade e temporalidade.

No que se refere às narrativas jornalísticas, Motta (2005) identifica uma distinção entre aquelas que podem ser compreendidas como narrativas integrais, que “podem ser isoladamente analisadas como narrativas fechadas porque possuem uma unidade integral” (ibid., p. 3), que possuem começo, meio e fim, e aquelas que aparentemente não possuem narratividade, são aparentemente notícias isoladas, mas que podem ser integradas em “um conjunto solidário, como uma história única: um acontecimento” (ibid.) sobre o mesmo tema. O autor identifica, ainda, a utilização de duas estratégias de comunicação: estratégias de objetivação e estratégias de subjetivação, que podem ser encontradas a partir de diferentes elementos da narrativa. O quadro a seguir traz alguns exemplos de elementos a partir dos quais as estratégias de objetivação e de subjetivação poderão ser encontradas.

ESTRATÉGIAS DE OBJETIVAÇÃO	ESTRATÉGIAS DE SUBJETIVAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dados, estatísticas, números, indicadores</li> <li>• Referencialidade geográfica (mapas, pontos de referência, percursos)</li> <li>• Referencialidade temporal</li> <li>• Autoridade (poder técnico e político)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apelo ao emocional</li> <li>• Adjetivações dos atores e dos elementos do espaço físico</li> <li>• Invocações ao passado, projeções para o futuro</li> <li>• Efeitos de consenso</li> </ul>

Quadro 3: Estratégias comunicacionais. Fonte: Elaboração minha a partir de Motta (2005)

Via de regra, as estratégias de objetivação na narrativa jornalística visam à construção dos efeitos de real, à criação de marcas de referencialidade que conferem confiabilidade ao que está sendo narrado, cuja ideia de veracidade se ancora na ideia de precisão; para tal, os recursos de linguagem possíveis de serem utilizados são inúmeros. As estratégias de subjetivação, por outro lado, consistem na utilização de recursos e de figuras de linguagem na narrativa jornalística que conduzem o leitor à interpretações subjetivas.

## 1.2 OS DIZERES DO ESPAÇO

Quando se aborda a questão espacial em planejamento urbano, é possível encontrar uma série de formulações que a compreendem a partir de noções mais materializadas até noções mais abstratas. Muitas das concepções sobre o espaço encontradas na literatura se constroem pela correlação, seja por similitude ou pela distinção com outros conceitos que permeiam os estudos territoriais, tais como território e lugar, ou ainda desde dicotomias que se instauram, como, por exemplo, local e global. Dentro das opções correlatas, a eleição pela utilização do conceito de *espaço* para este estudo, e não outro conceito comum aos estudos do planejamento urbano, justifica-se pela compreensão de que o espaço é uma noção com correspondência no campo da subjetivação, tendendo, portanto, a uma conotação de origem psicológica, tal como poderíamos compreender o conceito de lugar. No entanto, *lugar* carrega consigo uma noção cuja delimitação é demasiadamente pontual, ainda que relacional. *Território*, por sua vez, limita algumas possibilidades imaginativas na medida em que parte de suas concepções vinculam-no à ideia de limites, a fronteiras que são delimitadas político-administrativamente. Obviamente, não se ignora o caráter também relacional da noção de território, desde uma perspectiva cultural, mas se entende que sua concepção, em geral, parece excluir a possibilidade de múltiplas relações coetâneas, seja das relações advindas da física dos corpos, seja das relações pela apropriação de uma porção específica do substrato geográfico. O *espaço* deixa as possibilidades imaginativas em aberto – compreende-se, aqui, o espaço como o território interiorizado. A partir desta compreensão, o espaço se desvincula de uma excessiva

materialidade física para abranger, também, sua concepção desde a esfera do social, dos posicionamentos no espaço social em suas múltiplas relações com o outro e na sua co-implicação com a temporalidade.

Em Santos (1986; 2014 [1996]), cuja concepção teórica repousa em bases bastante materiais, os conceitos de espaço e território parecem se confundir – em geral, são utilizados como correlatos. Território (SANTOS, 1986) e espaço (SANTOS, 2014 [1996]) se tornam categorias de análise apenas a partir de seu uso pela sociedade, sendo o espaço, conforme Santos (ibid.), resultado da inserção da sociedade nas formas-objetos próprios da paisagem. Embora esses objetos que formam a base do espaço geográfico não mudem de lugar, sua função, significação e valor sistêmico (ibid., p.103) são alterados a partir de concepções e ações da sociedade.

O espaço, uno e múltiplo, por suas diversas parcelas, e através do seu uso, é um conjunto de mercadorias, cujo valor individual é função do valor que a sociedade, em um dado momento, atribui a cada pedaço de matéria, isto é, a cada fração da paisagem. (SANTOS, 2014 [1996], p.104)

Em sua abordagem, o espaço constitui a matriz sobre a qual as novas ações substituem as ações passadas (ibid., p.104). Portanto, é formado pelo resultado acumulado das ações humanas através do tempo e, por sua vez, é animado pelas ações atuais que lhe atribuem dinamicidade e funcionalidade (ibid., p.106). As formas, ao entrarem em contato e ao serem renovadas pela sociedade, tornam-se forma-conteúdo, porque a elas são atribuídos valores, seu conteúdo tem origem social e passam, assim, a fazer parte da própria evolução do espaço (ibid.).

Mais especificamente para Santos (2014 [1996]), o espaço é definido, sobretudo, pelo uso das técnicas de produção dominadas, apropriadas pela sociedade – incluem-se aí as lógicas impostas por derivativos econômicos. A divisão territorial do trabalho tem, portanto, papel determinante para a constituição do espaço, pois “movida pela produção, atribui, a cada movimento, um novo conteúdo e uma nova função aos lugares” (ibid., p.131). A sucessão de movimentos ocorridos em função dos imperativos da produção econômica ocorrem sobre as bases previamente estabelecidas por técnicas anteriores, portanto:

O meio ambiente construído constitui um patrimônio que não se pode deixar de levar em conta, já que tem papel na localização dos eventos atuais. [...] Esses conjuntos de formas estão ali à espera, prontos para eventualmente exercer funções, ainda que limitadas por sua própria estrutura. [...] A atual repartição territorial do trabalho repousa sobre as divisões territoriais do trabalho anteriores. (SANTOS, 2014 [1996], p.141)

Esta particularidade da organização espacial a partir da organização das atividades econômicas e, por consequência, das concepções de cidade, já fora identificada por teóricos como Lefebvre (1999 [1970]), que apontava que as transformações da cidade se davam em função de modificações no modo de produção. Essas transformações são efetuadas sobre as heranças deixadas pelos modos de produção anteriores; quando se trata de heranças que possuem materialidade, como no caso das heranças arquitetônicas relegadas ao espaço, as transformações se viabilizam com a sua destruição ou adequação aos novos modos de produção, seja pela ressignificação aurática, seja pela modificação de função de uso, e é esta funcionalidade racional de viés econômico que tem regido boa parte das políticas públicas de planejamento urbano e da produção do espaço.

Ao ser subordinado aos imperativos econômicos, o espaço passa, também, a estar subordinado ao tempo. Ao tempo de produção, ao tempo dos fluxos financeiros, ao tempo da acumulação de capitais, ao tempo do consumo, ao tempo dos deslocamentos. Sobre essas bases se constituiu o racionalismo urbano moderno, setorizando o espaço urbano para melhor atender às demandas da economia. Operacionalizar o espaço é uma das atribuições do planejamento urbano, no entanto, suas raízes ainda hoje se assentam no racionalismo moderno do qual se originou. Pensar o espaço, na atualidade, exigiria exatamente um repensar as bases de pensamento do próprio planejamento urbano; exigiria, portanto, um repensar também das concepções de espaço que permanecem atreladas ao paradigma moderno, uma vez que suas consequências indesejáveis e ineficácia no tratamento de alguns dos problemas do fenômeno urbano já foram exaustivamente demonstradas pela literatura. É preciso romper e pensar proposições para lidar com as heranças que o planejamento e o pensamento moderno relegaram às políticas urbanas na atualidade, seja em termos de materialidade, seja no que concerne à estrutura de pensamento.



Bourdieu (1997a), no que tange às questões espaciais, por sua vez, observa que há uma correlação entre o espaço físico e o espaço social. Para o autor, são as formas de apropriação do espaço físico que vão garantir que as estruturas sociais encontrem um meio para a sua reprodução. Em sua abordagem, identifica-se uma crítica ao pensamento substancialista segundo o qual haveria uma essência intrínseca ao lugar que o estigmatizaria positiva ou negativamente. O lugar é onde se materializam determinadas condições socioeconômicas e, por sua vez, as condições materiais do lugar tendem a perenizar as condições sociais, econômicas e espaciais dos indivíduos.

O espaço social é, para Bourdieu (1997a), definido pela exclusão mútua, pela distinção entre os diferentes estratos que o constituem – e as distinções sociais se manifestam, também, sob a forma de distinções espaciais. O espaço apropriado por determinado estrato da sociedade funciona como uma simbolização que reitera as estruturas sociais hierarquizadas, e uma parte da inércia das estruturas sociais resulta do fato de que elas estão inscritas no espaço físico, criando oposições que se afirmam através do que o autor chama de *simbólica da distinção*. Logo, as condições espaciais não derivam de condições socioeconômicas apenas, mas também a partir da constituição de elementos simbólicos e subjetivos.

A estrutura do espaço social se manifesta, assim, nos contextos mais diversos, sob a forma de oposições espaciais, o espaço habitado (ou apropriado), funcionando como uma espécie de simbolização espontânea do espaço social. Não há espaço, em uma sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e as distâncias sociais, sob uma forma (mais ou menos) deformada, e sobretudo dissimulada pelo efeito de naturalização que a inscrição durável das realidades sociais no mundo natural acarreta. (BOURDIEU, 1997a, p. 160)

Para Bourdieu (1997a), a apropriação do espaço, entendida como forma de consumo deste espaço e de seus bens públicos ou privados, é possibilitada pela posse de capital simbólico (BOURDIEU, 2015 [1979]), que por sua vez, é composta pela soma de diversas formas de capital – capital econômico, capital social e capital cultural. A posse de capitais se traduz como formas de ostentação de poder e, além disso, o fator da proximidade espacial aparece como um elemento que facilita a posse desses capitais, logo favorecendo a circulação por lugares que pressupõem um alto fluxo de capitais, propiciando sua acumulação. Em oposição, a despossessão de capitais limita

as possibilidades de apropriação do espaço, de mobilidade social e, assim, de acumulação.

Bourdieu (1997a) vai ainda mais além nas suas análises ao afirmar que o espaço social está inscrito ao mesmo tempo nas estruturas espaciais e nas estruturas mentais, sendo o espaço o lugar onde os poderes se afirmam sob a forma sutil da violência simbólica. Para o autor, a sociedade tende a reproduzir suas estruturas porque estas se interiorizam e, portanto, são subjetivadas, reproduzindo determinados comportamentos que são apreendidos inconscientemente. Esta reprodução se dá também através de sistemas de gosto ou preferências, logo estando associada a determinadas práticas de consumo e apropriação do espaço. As disputas pela apropriação do espaço podem, para Bourdieu (1997a), ocorrer sob três formas: pelos ganhos de localização, pelo fato de estarem próximos dos agentes ou bens raros e desejados; pelos ganhos de posição ou de classe, que são assegurados pela posse de propriedades distintivas como, por exemplo, através de um endereço prestigioso; e pelos ganhos de ocupação, que se referem à posse de um espaço físico como uma forma de manter distante aquilo que não é desejável.

Certeau (1994) compreende o espaço desde a prática do lugar. O lugar deriva da ação estratégica para a organização dos elementos materiais efetuada pelo Estado ou pelo mercado, que conferem um fim disciplinar ao espaço. Sua concepção de espaço se constrói também por analogia ao ato de enunciar: tal como os enunciados, o caminhar, uma ação efetuada no lugar, ocorre sobre pré-determinações que não são apenas culturais, em seu sentido antropológico, ou sociológicas, mas também físicas, sejam elas do espaço natural ou construído. Assim, o autor traça um “paralelismo entre a enunciação linguística e a enunciação pedestre” (ibid., p. 178), colocando a prática do lugar dentro de uma concepção dialogante, na qual acaba por indicar uma apropriação do espaço por um *eu* que tem também por função implantar o outro em relação a este *eu*. Certeau (1994) estabelece, então, uma relação entre a linguística – o ato da fala – e o ato de caminhar, de traçar percursos, ao afirmar que “o ato de caminhar está para o sistema urbano como a enunciação (o *speech act*) está para a língua ou para os enunciados proferidos” (ibid., p. 177). Ao transitar por um percurso, este é legitimado,

reforçado, e, assim, lança-se luz sobre ele em detrimento de outros que por vezes tornam-se permanentemente eclipsados. As escolhas por determinado percurso, tal como ocorre com os enunciados que, ao serem proferidos, utilizam e modificam as estruturas gramaticais, estão crivadas de concepções, construções, perspectivas que o precedem, próprias ou de outros; o caminhar reflete a maneira de ser no mundo, de posicionar-se no mundo. Trata-se de uma leitura sensível do habitar na cidade: para caminhar, o praticante utiliza-se das estruturas da cidade, logo, comunica uma mensagem utilizando-se de uma ordem espacial pré-determinada ou ainda desviando-se dela em ações táticas. Esses lugares pré-determinados pelas ações estratégicas possuem uma carga de camadas temporais, como palimpsestos à espera de uma revelação, à espera de uma leitura que lhes confira unicidade, que revele sua trajetória, que os tornem espaço.

Os lugares são histórias fragmentárias e isoladas em si, dos passados roubados à legibilidade por outro, tempos empilhados que podem se desdobrar mas que estão ali antes como histórias à espera e permanecem no estado de quebra-cabeças, enigmas, enfim simbolizações enquistadas na dor ou no prazer do corpo. (CERTEAU, 1994, p. 189)

Não se deve compreender o percurso sobre o espaço apenas com referência ao plano físico e material, em sua geometricidade já construída, mas também a partir do entendimento de que o percurso sobre o espaço pode ser efetuado pelos modos de dizer o espaço, pelos modos de percorrê-lo através da linguagem; na efetuação do ato de percorrê-lo, o percurso e o espaço são criados e recriados continuamente. É desta forma que o lugar/espaço torna-se substancializado, torna-se dotado de um sentido que é proveniente das esferas do pensamento, da subjetividade interiorizada, das capacidades cognoscentes dos praticantes. Assim, podemos chegar à ideia de relatos em Certeau (ibid.), com a qual o autor compreende os relatos como meios pelos quais se transita, meios que movem os habitantes, que os transportam porque criam realidades sociais, percursos físicos e sociais, criam a humanidade. Os relatos são, portanto, transportes coletivos, transportes que nos conduzem por dimensões espaço-temporais. E é principalmente a partir desta formulação que podemos inferir a importância da compreensão das narrativas, também, a partir da abordagem

certeuniana, pois as narrativas são ações efetuadas desde o plano linguístico, que dizem e interpenetram o espaço-tempo.

Dentro das concepções que abarcam as problemáticas do espaço elencadas até o momento, subjaz sua compreensão da efetivação de uma ação, um ato de espacialização. Tal ação teria como efeito colateral o que se pode compreender como a atribuição de uma espacialidade advinda da atribuição de sentido dada ao espaço *a priori* dessubstancializado. Massey (2015 [2005]) identifica neste movimento, que vai da espacialização às caracterizações do espaço, a grande problemática que limita as possibilidades, os coetâneos devires do espaço que deveriam ser contemplados nas proposições das políticas de intervenção sobre o espaço.

A passagem aqui de espacialização como uma atividade, para espaço como dimensão, é crucial. A representação é vista tomando aspectos de espacialização, na ação desta última de colocar as coisas lado a lado, de dispô-las como uma simultaneidade discreta. Mas a representação é também compreendida, neste argumento, como que fixando as coisas, tirando o tempo de dentro delas. Assim, a equiparação entre espacialização e produção de "espaço" empresta ao espaço não apenas o aspecto de uma multiplicidade discreta, mas também a característica de estase. (MASSEY 2015 [2005], p. 47 - grifos da autora)

Sua argumentação parte do entendimento da formação da identidade – seja a identidade das pessoas, do cotidiano, dos lugares –, como sendo relacional, de modo que “se entidades/identidades são relacionais, então é com as relações de sua construção que a política precisa estar engajada” (ibid., p.254), e não sobre a estabilização de uma identidade por meio de uma representação fixada de algo que é fluido e está sendo forjado constantemente. A forma como se pensa o espaço é o que vai determinar as ações políticas sobre ele, logo, se pensarmos o espaço a partir de uma espacialidade fixamente instituída, esta irá reduzir as possibilidades e potencialidades latentes do espaço.

A atividade política, por sua vez, dá nova forma tanto às identidades, quanto às relações espaciais. Espaço enquanto relacional e enquanto esfera da multiplicidade, é tanto uma parte essencial do caráter do compromisso político quanto perpetuamente reconfigurado por ele. E o modo pelo qual essa espacialidade é imaginada pelos participantes também é crucial. O fechamento da identidade em um espaço territorializado de lugares delimitados fornece pouco no rumo das possibilidades para o desenvolvimento de uma política radical. (ibid., p. 258)

Para Massey (2015 [2005]), as conceituações epistêmicas que se efetuaram sobre bases binárias fizeram muito para moldar o que se entende por espaço. Sua crítica ao pensamento binário recai não apenas nas relações que se estabeleceram entre aqueles conceitos que são tomados em geral como sinônimos de espaço – mas que em algumas formulações teóricas e filosóficas foram tornadas distintas colocando o espaço, por oposição, como destituído de determinadas potências –, mas também recai, inclusive, sobre o binarismo que se construiu entre tempo e espaço, como duas categorias opostas.

Estou defendendo um abandono dessa dicotomia entre espaço e tempo que coloca o espaço tanto como oposto do tempo e, de forma igualmente problemática, como imobilidade, poder, coerência, representação. O significado disto, [...], é político. (MASSEY, 2015 [2005], p. 79)

Sua compreensão sobre espaço e tempo não reside em tratá-los como sendo a mesma coisa, como integrantes de uma quarta dimensionalidade, como se pode depreender do conceito de evento de Santos (2014 [1996]), mas reside, segundo a autora, na compreensão de que eles são integrantes um do outro. E se um for concebido como aberto, como em geral admite-se o tempo que está por vir, o outro (o espaço) também precisa ser. Pensar o espaço como dimensão aberta significa reforçar seu reconhecimento como produto de inter-relações, através de interações que vão do global ao pequeno, e sendo produto de inter-relações, constituído de multiplicidade, de pluralidade, da coexistência de múltiplas trajetórias, e como algo que está sempre em construção, sempre em processo de fazer-se, nunca acabado ou fechado (ibid., p. 29). Tais pressupostos levam ao questionamento das políticas de intervenção no espaço que se assentam sobre a determinação de uma identidade do espaço, cuja estase do espaço acabaria por implicar na estase de sua correlata temporalidade e na impossibilidade do novo, daquilo que se projeta como possibilidade de futuro. Prática recorrente quando se busca instituir uma ambiência propícia ao desenvolvimento de modelos econômicos visando à atração de aportes financeiros.

### 1.3 OS DIZERES ECONÔMICO CULTURAIS

Com maior ênfase, nos últimos dois decênios, os ativos gerados a partir de bens com caráter profundamente simbólico têm assumido o centro dos discursos e dos investimentos de mercado, representando novas oportunidades de investimento de capital e, com isso, trazendo implicações importantes, dada sua capacidade de incidência sobre as faculdades mentais e psicoemocionais, à constituição do espaço e das mútuas reificações que se estabelecem nas inter-relações entre espaço e sociedade (BOURDIEU, 1997a). As características atuais do capitalismo artista, de que falam Lipovetsky e Serroy (2015), colocam a sociedade, portanto, diante de novos desafios para as dinâmicas socioespaciais frente à emergência desse modo de produção econômica que, baseado principalmente em insumos imateriais, trazem à tona novas demandas para o planejamento dos elementos urbanos, incitando o debate na área dos estudos territoriais.

Harvey (2014 [1989]) identifica a emergência de modos mais flexíveis de acumulação como causadora de novas formas culturais na pós-modernidade. Segundo o autor, há uma mudança na base político-econômica, ocorrida a partir do período compreendido entre os anos 1980 e 1990, que, baseada na especulação financeira e na produção de capital fictício, transforma a cultura das cidades e sociedade, criando novas identidades sobretudo para aqueles que puderam vincular-se a essa nova forma de acumulação de capital nascida do desenvolvimento das políticas neoliberais. "Nas costas dessa expansão dos negócios e dos serviços financeiros, formou-se toda uma nova cultura *yuppie*<sup>12</sup>, com seus atavios de pequena nobreza, estreita atenção ao capital simbólico, à moda e ao design e de qualidade de vida urbana." (HARVEY, 2014 [1989], p. 299).

A definição da *yuppie* utilizada por Harvey (2014 [1989]) guarda semelhanças identitárias com a classe criativa de Florida (2011 [2002]); salvadas as transformações culturais e societárias que possam ter ocorrido no intervalo geracional entre uma e

---

<sup>12</sup> Expressão derivada da sigla YUP (Young Urban Professional).

outra, ambos os autores referem-se a pessoas com ótima formação educacional, que exibem tendência à individualidade e à necessidade de autoafirmação.

É importante observar que a configuração de classes conforme conhecemos hoje encontra sua origem no processo de industrialização, na formação de profissões gerenciais, na especialização requerida pelos avanços tecnológicos e pelos modos produtivos da indústria que deram origem à formação de uma classe média. Sob a formação das classes médias, existe uma vasta literatura<sup>13</sup>, que identifica padrões comportamentais e valores relacionados à sua identidade, sobretudo a importância depositada na valorização da cultura e da educação, como forma de distinção, que lhes forneceria um meio de atingir a ascensão social. Muitos dos valores priorizados pela classe média podem ser observados e, de certa forma, permite-se dizer que estão agora reificados na concepção de classe criativa proposta por Florida (2011 [2002]).

Com o final do século XX, delimitou-se mais um período na história do capitalismo em que suas configurações e modo de operação passaram por transmutações, fazendo com que processos de múltiplas ordens, sobretudo políticas e econômicas, fossem reconfigurados. Para Harvey (2014 [1989]), a inovação nos sistemas financeiros aliados à flexibilização na produção, nos mercados de trabalho e no consumo, foram alternativas encontradas para a superação da crise de acumulação que o sistema capitalista experienciava desde o período pós Segunda Guerra Mundial.

Na atual fase, contudo, o que importa não é tanto a concentração de poder em instituições financeiras quanto a explosão de novos investimentos e mercados financeiros, associado à ascensão de sistemas altamente sofisticados de coordenação financeira em escala global. Esse sistema financeiro foi o que permitiu boa parte da flexibilidade geográfica e temporária do capital. (HARVEY, 2014 [1989], p.181)

Destaca-se que teve papel determinante também para as novas práticas alavancadas pela sociedade de mercado, dentro do sistema capitalista, a desmaterialização da moeda, conferindo virtualidade e mais flexibilidade ao capital econômico, que passa a estar à deriva na busca pelas melhores condições para sua valorização, tendo suas alternativas de alocação ampliadas pelas novas condições da globalização. Entram em

---

<sup>13</sup> Ver, por exemplo: Butler, T. e Savage, M. (org). Social change and middle classes. London: UCL Press, 1995.

curso mudanças no quadro geopolítico com a diminuição das barreiras econômicas entre os Estados nacionais, a organização de blocos econômicos entre nações para acordos comerciais e o desenvolvimento de empresas multinacionais com atuação transfronteiriças.

Para a consolidação das complexas relações e dos fluxos que se delineavam em torno de princípios de integração produtiva, integração dos mercados, das instituições financeiras e/ou da informação, o papel das redes foi fundamental. Seu entendimento enquanto base infraestrutural, que em momentos pretéritos foi um instrumento necessário para a integração territorial e dos mercados nacionais, ganhou novas atribuições ao ter seu escopo ampliado por diversos campos disciplinares, abarcando também novas formas de organização (DIAS, 2000), de relações que se estabelecem entre os mais variados tipos de atores, como, por exemplo, entre governos, empresas, instituições, sociedade civil.

A possibilidade da constituição de redes de relações, portanto dentro da concepção de rede em sentido amplo, corrobora com a formação de oligopólios de megagrupos empresariais a partir de sinergias estabelecidas em torno de interesses comerciais. Segundo Lipovetsky e Serroy (2015), também no mundo das artes ocorreram operações de fusão, com a aquisição de pequenas casas independentes e artesanais por megagrupos multimarcas, em particular nos anos 1990. Com isso, estratégias financeiras e objetivos comerciais passaram a estruturar também o mundo das artes, em uma escala mundial. A mudança de escala de atuação trouxe para o primeiro plano o papel da comunicação, subvertendo a ordem do capitalismo moderno em que sua importância era secundária, assim resultando na destinação de altos investimentos financeiros na comunicação de um produto, de uma marca, influenciando na associação entre consumo cultural e formas de distinção social pela identidade.

Esse superinvestimento financeiro na comunicação tem, é claro, uma função explicitamente comercial. Mas também visa criar prestígio, sentido e valor simbólico, dotar os produtos de um valor artístico, cultural, mítico, para além do seu valor utilitário. (LIPOVETSKY E SERROY, 2015, p.109)

Para Zukin (2000), o papel da comunicação, em uma sociedade em que o consumo encontra-se difundido e os meios de produção concentrados, teria também uma



função de controle social efetuado a partir do consumo visual. Através de um sentido simbólico e imagético conferido aos produtos e suas marcas, seria possível moldar os consumidores. No entanto, esse processo deu origem a transformações mais estruturais na sociedade, refletindo nas configurações de classe, pois tiveram como resultado, conforme apontam Lipovetsky e Serroy (2015), o aumento das profissões ligadas à arte e às indústrias culturais, que cresceram em níveis não comparáveis com qualquer outro período na história da arte, não sendo comparável nem mesmo a décadas mais recentes. Para os autores, este crescimento das profissões ligadas ao mundo cultural e artístico se assenta em uma exacerbação da afirmação da individualidade e da identidade, de uma dessacralização da arte e do suprimento de uma necessidade de experienciar e de se ter acesso à arte efetuados não apenas pelo consumo, mas também pela sua produção.

A arte é aquele domínio que permite traduzir a sua singularidade, sua diferença pessoal numa época em que a religião e a política não oferecem mais, como outrora, a possibilidade de afirmar sua identidade. [...] A arte é precisamente a atividade capaz de satisfazer tais expectativas, na medida em que sua banalização, por meio de programas de televisão, revistas, reportagens, proporciona a cada um a ideia de que ela não é um domínio reservado aos outros, mas que é perfeitamente legítimo se tornar alguém competente nele. (LIPOVETSKY E SERROY, 2015, p. 112)

Somando-se a este debate, destaca Zukin (2000) que mais importante do que as discussões sobre uma nova classe e seus novos gostos é a forma como os novos produtos culturais se formam, sendo fruto de apropriações culturais que são articuladas aos padrões de produção e consumo, estando esta questão diretamente implicada com as questões identitárias, não apenas de grupos sociais de onde a cultura comercializada é proveniente, mas também dos territórios vinculados a estes grupos sociais. Quando esse processo de apropriação ocorre em áreas já urbanizadas, em geral está relacionado a processos de enobrecimento que, via de regra, seguem um modelo padrão de operação:

O processo de apropriação cultural que chamamos de "enobrecimento" frequentemente começa nos bairros urbanos históricos com passeios a pé. Esses roteiros são elaborados por voluntários individualmente fascinados pela combinação de arcaísmo e beleza, ou autenticidade e design, que por anos permanecem oculta por trás dos usos da "classe baixa". (ZUKIN, 2000, p. 89 - grifos da autora)

Este seria um processo posto em marcha por grupos sociais não pertencentes àquela área, mas que assumem uma perspectiva proveniente dela, posteriormente impondo sua visão aos demais. E, para a transmissão de sua perspectiva, “exageram nas imagens comuns de um passado místico - misturando função e símbolo” (ZUKIN, 2000, p. 96), dando a origem, desta forma, a um processo material de apropriação espacial a partir do consumo visual do espaço e do tempo, resultando na “dissolução das identidades espaciais tradicionais e sua reconstituição sobre novas bases” (ibid., p. 81).

A combinação dos fatores apresentados colocaram a sociedade pós-moderna em uma “nova rodada na compressão tempo-espaço” (HARVEY, 2014 [1989]). Os novos adventos técnicos acentuaram a relevância dos fatores espaço-temporais para as determinações do capital, pois permitiram, na dimensão temporal, a aceleração do tempo de giro no ciclo investimento-acumulação e, na dimensão espacial, um colapso das distâncias. Embora para as novas relações políticas e econômicas instituídas o espaço pareça ser secundário devido à implícita carga de abstração que a forma de tratamento que o pensamento moderno lhe conferiu, e que permanecem ainda hoje, estas não minimizaram sua importância e, ao contrário, as condições do espaço, materiais ou imateriais, tornaram-se variáveis ainda mais determinantes para a fixação do capital, uma vez que é no espaço que parte de sua acumulação se realiza. Assim, as nuances entre as diferentes localidades, principalmente em áreas urbanas, onde grande parte dos mercados e da mão de obra se concentram, permaneceram como um elemento a ser explorado na busca pelos melhores locais para a valorização e investimento do capital, seja através da exploração das matizes culturais, das condições de trabalho, da disponibilidade de matérias primas, da formação de mercados de consumidores ou da combinação de mais de um destes fatores, porém agora em uma escala de maior alcance.

Neste cenário global, de competição pelo aporte dos maiores fluxos de capital, da emergência do consumo artístico e cultural, emerge, também, um pensamento segundo o qual as cidades, ou áreas urbanas, devem forjar-se através do estabelecimento de uma imagem distintiva, do estabelecimento de uma ambiência, uma espacialidade que seja atrativa tanto para o capital como para determinadas

categorias sociais emergentes, conferindo ao território uma atmosfera propícia aos negócios do capital econômico. Assim, “as grandes cidades-regiões passaram, portanto, a funcionar como plataformas territoriais a partir das quais grupos concentrados ou redes de empresas disputam os mercados globais” (SCOTT, A., AGNEW, J. e SOJA, E., 2001, p.13), para isso requisitando a manipulação das condições socioespaciais para a produção de uma espacialidade atrativa aos tempos de investimento e acumulação.

#### **1.4 OS DIZERES DA ECONOMIA CRIATIVA E SUA ESPACIALIZAÇÃO**

Se no início do desenvolvimento da sociedade moderna, cultura e economia eram consideradas como esferas desarticuladas, dentro de uma episteme que se pautava no entendimento de que as tomadas de decisão dos indivíduos se efetivavam com base exclusivamente na racionalidade econômica do *homo economicus*, no transcurso do tempo, sua relação se tornou mais evidente principalmente a partir das reflexões teóricas da sociologia econômica, que tem Max Weber como um dos precursores. Assim, começou a ganhar espaço outra abordagem de pensamento econômico que identifica e reconhece a importância dos componentes culturais e dos referenciais simbólicos e subjetivos para os resultados econômicos. Passou-se a compreender que os contextos culturais se revelam cruciais não apenas para as decisões dos agentes econômicos, mas também para a determinação dos valores de troca e da criação de demandas para o consumo e distribuição dos bens produzidos ou serviços prestados. E estes são os fatores que de fato regem a tomada de decisões dentro de uma estrutura socioeconômica de mercado (THORSBY, 2001).

No entanto, outros fatores relacionados às formas de organização social convergiram para que fosse possível a concepção de uma nova forma econômica que coloca a criatividade como insumo indispensável para o desenvolvimento no século XXI. Por tratar-se de um assunto que apenas recentemente passou a ser explorado no Brasil e que, de uma maneira geral, é bastante controverso, e para permitir ao leitor um maior entendimento sobre a forma como o conceito ganha corpo, serão relatados

brevemente alguns acontecimentos que trouxeram à tona essa nova estratégia de abordagem dos setores econômicos, que promete ser um eixo possível de desenvolvimento mais resiliente, inclusivo e sustentável para a sociedade (UNCTAD, 2010).

Segundo a UNCTAD<sup>14</sup> (2010), a economia criativa é um “conceito em evolução, baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico”; trata-se, portanto, de uma definição, *a priori*, bastante genérica que se limita a colocar no centro da conceituação deste modelo econômico atividades com teor criativo. Todavia, os relatórios produzidos pela UNCTAD apresentam, também, outros critérios de delimitação da economia criativa, tendo por princípio as diversas experiências e modelos desenvolvidos tanto em âmbitos administrativos/institucionais como também a partir de definições acadêmicas, procurando contemplar a variedade e complexidade do conceito, tal como se espera de um órgão que propõe diretrizes a serem discutidas e aplicadas mundialmente. Logo, faz-se necessário observar que se discorre, aqui, sobre um conceito polissêmico. Conforme Reis (2012), o relatório gerado a partir da UNCTAD XI<sup>15</sup>, por exemplo, entende que o conceito de indústrias criativas<sup>16</sup> “é usado para representar um cluster de atividades que têm criatividade como um componente essencial, estão diretamente inseridas no processo industrial e sujeitas à proteção de direitos autorais” (REIS, 2012, p. 41-42). Conforme se verá adiante, a ideia de delimitação do setor criativo a partir das atividades passíveis de produzir direitos de propriedade intelectual encontra em Howkins (2013 [2001]) seu maior defensor. A partir da concepção deste autor, pode-se inferir que a ideia de propriedade, que anteriormente se restringia exclusivamente aos bens materiais, terras, fábricas, maquinários, agora se amplifica para incluir os talentos

---

<sup>14</sup> UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) órgão da ONU (Organização das Nações Unidas).

<sup>15</sup> Décima primeira sessão da Conferência Ministerial das Nações Unidas para o comércio e o desenvolvimento, realizada em São Paulo, Brasil, de 13 a 18 de junho de 2004, quando o tema das indústrias criativas foi introduzido na agenda econômica e de desenvolvimento internacional.

<sup>16</sup> Cf. Reis (2012), o termo “indústria” equivale a um setor econômico, não necessariamente manufatureiro. E cf. UNCTAD (2010), a utilização da expressão “indústria” varia de país para país, mas segundo a classificação utilizada pela ONU, as indústrias criativas, que se originam do cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais, são o centro do que, em termos mais amplos, entende-se por economia criativa.

e aptidões individuais, ou mesmo corporativas/empresariais, que são imateriais, intangíveis e que podem, assim, passar a ser exploradas (ou impedidas de) com finalidades econômicas.

Pode-se afirmar que apesar da grande variedade de formulações que tentam delimitar os contornos da economia criativa, o que se tem em comum são as macrodeterminações econômicas e geopolíticas nas quais os países onde a economia criativa têm adquirido expressividade estão inseridas. Como já afirmado, identifica-se uma combinação de fatores convergentes que, de forma quase inexorável e bastante conexa, encaminharam países para a formação expressiva de um conjunto de atividades econômicas que têm por insumo principal a criatividade. Entre eles, pode-se citar: I) O reconhecimento da cultura e do conhecimento como ativos econômicos, dentro da concepção da economia da cultura que, com mais expressividade depois da Segunda Guerra Mundial, passa a ganhar protagonismo e se apresenta assim como um modelo alternativo ao modelo de desenvolvimento de base economicista; II) As mudanças tecnológicas em curso nas últimas décadas, sobretudo os avanços na área da tecnologia de informação e comunicação, que contribuíram para o que se tem chamado de compressão espaço-temporal, facilitando as transações entre organizações e entre pessoas, aproximando as mais diversas ou mesmo distantes localidades; III) A diluição das fronteiras e barreiras econômicas e culturais, necessárias a um mundo que se pretende cada vez mais globalizado, ampliando as possibilidades mercadológicas, mas acirrando competitividades; IV) A chamada era pós-industrial, com destaque para o setor financeiro e setor de serviços, com alta produção de conteúdos e bens imateriais; V) A nova geografia da produção, que deslocou parte importante da produção manufatureira tradicional para países de capitalismo menos avançado, onde as leis trabalhistas são mais flexíveis e os acordos tributários mais vantajosos, levando consigo alguns dos postos de trabalho do setor industrial dos países do centro do capitalismo. Todos estes são fatores gerados a partir do desenvolvimento e das dinâmicas do modelo econômico capitalista e que, conjuntamente, contribuíram para o desenvolvimento do conceito da economia criativa.

Observa-se, ainda, que as tentativas de determinação das origens da economia criativa são um pouco controversas. Embora a literatura indique que, em 1994, a expressão *Creative Nation* tenha sido utilizada no título de um discurso do primeiro-ministro da Austrália, Paul Keating, no qual se manifestava uma preocupação com a sustentabilidade econômica, social e cultural do país advinda da iminente ameaça que a cultura de massa representava para a perpetuação da identidade cultural local, o fato é tratado apenas como um prenúncio do que viria a ser a economia criativa (REIS, 2012), na medida em que, tal como as atuais políticas para a economia criativa, preconizava a importância da cultura e das artes para a economia.

A já citada publicação de Chris Smith no documento *Creative Industries Mapping Document* (DCMS, 2001) contribuiu decisivamente para que as teorias sobre a economia criativa – e observa-se aqui a simultaneidade desta publicação com a produção científica e de consultoria efetuada por Howkins (2001) na Grã-Bretanha – ganhassem corpo e forte repercussão, passando a ser encaradas como um alerta e, ao mesmo tempo, uma intimação para o desenvolvimento dos países através do apoio aos setores formados por atividades que utilizam a criatividade na produção de bens comercializáveis.

A partir de 2004, a economia criativa, ainda sob a denominação de indústrias criativas, passa a ser difundida como um novo paradigma de desenvolvimento através da ONU, ganhando alcance global<sup>17</sup>. No campo teórico, o conceito de economia criativa foi difundido por um conjunto de acadêmicos, principalmente oriundos de países anglófonos, sendo a autoria da expressão “economia criativa” atribuída ao teórico britânico John Howkins, participante ativo na força-tarefa empreendida pelo DCMS (REIS, 2012). Todavia, Richard Caves (2000), no ano anterior, já havia utilizado a expressão indústria criativa, porém de uma forma mais restrita, naquilo que se compreende pelo conjunto de setores que formam a indústria cultural.

É fácil compreender as razões que fizeram com que as propostas políticas baseadas na economia criativa fossem amplamente aceitas. Sob a ótica econômica e de mercado

---

<sup>17</sup> Entre 2000 e 2004 já era possível verificar esforços da ONU para o fomento de setores da economia criativa, mas a atenção era voltada, primeiramente, à indústria audiovisual e, em um segundo momento, passou a incorporar, também, a indústria musical e da dança (UNCTAD, 2010).

vigentes, e dentro do escopo principalmente, da sustentabilidade econômica e ambiental, apoiar o desenvolvimento através da economia criativa se mostra uma medida bastante promissora, pois ela tem como base um recurso infinito, a criatividade, que quanto mais aplicado e compartilhado mais se multiplica. Segundo Howkins (2013 [2001]), essa é uma novidade que vem para superar a ideia de que a economia é uma ciência que visa compatibilizar as infinitas necessidades do ser humano por recursos que são finitos, paradigma este proveniente da escola neoclássica de economia ancorada no utilitarismo racional do *homo economicus*. Com a inserção dos componentes da criatividade e do conhecimento nas formulações da ciência econômica, é como se a sociedade passasse a viver sob a promessa de que as necessidades exploratórias que a existência do ser humano na terra demandam fossem finalmente capazes de superar qualquer limitação. Além disso, através destes discursos difundidos mundialmente, postula-se que a economia criativa é capaz de aquecer a economia através do estímulo a preferências vinculadas a determinado estilo de vida, que permitam ao consumidor criar o hábito de demandar bens criativos, em um aparente círculo virtuoso, como podemos depreender no fragmento abaixo:

Mesmo um produto de consumo comprado em uma loja tradicional (ou baixado via internet) pode se transformar em capital. Pode parecer, como consumidor, que não tenho nenhuma oportunidade para exploração adicional. Na realidade, as condições de venda normalmente a proibem. Mas as forças da economia criativa não desistem tão facilmente. Usar meu novo produto pode me inspirar a ser criativo e, portanto, o ciclo de criatividade começa novamente. (HOWKINS, 2013 [2001], p. 236)

No quadro 1, foram destacadas e compiladas algumas formulações de maior representatividade, oriundas tanto da literatura científica como também da literatura institucional, que contribuíram direta ou indiretamente para que o modelo econômico fosse forjado. Fala-se aqui de modelo, mas ressalta-se que um dos princípios norteadores das políticas de fomento à economia criativa é a sua formulação em acordo com o contexto histórico e cultural de cada localidade, de modo que é um modelo de contornos fluidos. Isso significa dizer que o crivo dos setores que compõem a economia criativa, bem como a definição e abrangência das cadeias produtivas do setor, competem às autoridades locais, que necessitam de diagnósticos precisos sobre suas atividades econômicas, o que se torna problemático em localidades em que os

índices de informalidade nas relações de trabalho dentro destes setores econômicos são elevados, como no caso do Brasil, por exemplo.

AUTOR	DEFINIÇÃO
DCMS   UK (2001)	indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que apresentam potencial para a geração de riquezas e empregos por meio da exploração de propriedade intelectual.
UNCTAD   ONU (2010)	qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível.
RICHARD CAVES (2002 [2000])	indústrias criativas são as relacionadas a artes, cultura e entretenimento em geral.
JOHN HOWKINS (2013 [2001])	economia em que as pessoas passam grande parte do tempo tendo ideias que geram produtos comercializáveis. Ocorre quando a ideia é identificada, aplicada e se torna uma propriedade. O produto criativo, em suma, deve atender a duas condições: resultar da criatividade e possuir reconhecido valor econômico.
DAVID THROSBY (2001)	produtos e serviços culturais que envolvem criatividade em sua produção, englobam certo grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico.
RICHARD FLORIDA (2011 [2002])	foco nas profissões (pessoas) e no ambiente ( <i>lócus</i> ) da criatividade. Ênfase na chamada classe criativa – profissionais das áreas de ciência, educação, engenharia, arquitetura e design e artes.
JOHN HARTLEY (2005)	convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias de mídia, e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por novos e interativos consumidores cidadãos.

Quadro 1: Definições da economia criativa. Fonte: elaboração minha.

A profusão conceitual não permite uma linha de interpretação comum a todos, que esteja para além do imperativo da criatividade. As diversas conceituações não serão alvo de análise em profundidade, mas serão destacados alguns de seus aspectos peculiares, uma vez que não está aqui em questão a validação ou adequabilidade das concepções de economia criativa, mas sim o entendimento de quais atividades econômicas podem ser classificadas como pertencentes à economia criativa. O DCMS delimitou os contornos de sua indústria criativa a partir de treze setores que seriam



capazes de reposicionar o país dentro da produção econômica global. O setor compõe-se basicamente de atividades com componente cultural, seja ela erudita ou popular. O modelo do DCMS é alvo de críticas, por parte de Howkins (2013 [2001], p. 17), por não ter incluído os setores ligados às ciências, deixando assim implícita a ideia de que elas não seriam criativas. A concepção de Caves (2002 [2000]) também inclui nas indústrias criativas apenas aquelas atividades relacionadas às artes, cultura e entretenimento de um modo em geral, enquanto que a abordagem de Howkins (2013 [2001]) tem como base delimitadora o potencial que uma atividade criativa inovadora possui de gerar direitos de propriedade intelectual, abarcando neste conceito, então, diversos setores. De forma um pouco menos determinista, Throsby (2001) refere-se aos produtos e serviços culturais que envolvem criatividade em sua produção, alguns sendo passíveis de gerar propriedade intelectual, embora esta condição não se aplique a todas as atividades criativas. O modelo desenvolvido por ele ficou conhecido como o modelo de círculos concêntricos, onde as atividades integrantes do núcleo central são aquelas que envolvem maior criatividade e os círculos externos congregam atividades conforme uma escala centrífuga e decrescente da criatividade. Hartley (2005) sugere uma abordagem mais ampla da economia criativa, propondo uma definição que une cultura e tecnologias. Já Florida (2011 [2002]) propõe uma definição que se desenha em torno da identificação de uma classe criativa, que seria composta por profissionais de diversas áreas de atuação com alta escolarização e com algum nível de liberdades decisórias. Sua obra, em certa medida, abriu margem para a apropriação com finalidades economicistas do discurso sobre as cidades criativas que se desenvolviam em paralelo ao discurso da economia criativa.

Ao transpor-se as teorias da economia criativa ao espaço, deparamo-nos com outros conceitos. Uma ampla variedade de expressões que remetem à questão espacial e territorial é encontrada na literatura destacada, sejam elas as cidades criativas, os centros criativos, os aglomerados ou *clusters* criativos. Várias são também suas características e as condições que se impõem para o desenvolvimento e incentivo desses espaços. O conceito mais amplamente difundido no Brasil, talvez, seja o conceito de cidades criativas.

O *mainstream* do conceito das cidades criativas nos indica que criativa é aquela cidade envolta em uma mentalidade criativa igualmente dispersa em sua comunidade. Uma sociedade que se molda a partir de projetos criativos pode se tornar uma sociedade melhor preparada para lidar com seus problemas e suas oportunidades, também mais consciente de seu papel na comunidade e, sobretudo, mais participativa na construção dos lugares nos quais se insere, sendo assim possível gerar profundas transformações nas cidades (LANDRY, 2011). Esta visão também é compartilhada por Reis (2012), que enfatiza que para se atingir resultados transformadores, os objetivos públicos, privados e civis devem ser convergentes e parceiros na construção de projetos de desenvolvimento socioeconômico; somente com a instrumentalização da criatividade seria possível impulsionar arranjos inovadores de governança. No entanto, a base de argumentação de Florida (2011 [2002]) recai principalmente sobre o protagonismo da classe criativa na economia e sociedade atuais. A partir de proposições como esta, começam a ser delineadas formas de tratamento diferenciadas entre aqueles que seriam e aqueles que não seriam, ou os que seriam menos criativos. O autor salienta a importância de se apostar em políticas ligadas à criatividade e à inovação urbana, bem como na capacidade de apoiar e desenvolver investigação e produtos tecnológicos visando, principalmente, ao crescimento econômico. Porém, para isso, as ações locais deveriam objetivar a atração e a fixação de talentos criativos que, segundo o autor, precisam estar mergulhados em determinada ambiência cultural para que seus talentos sejam estimulados e potencializados ao máximo, assim convertendo-os em ganhos econômicos. Sua obra carrega um discurso que tende ao estabelecimento da competição entre as cidades ou regiões, principalmente a partir da proposição do Índice de criatividade<sup>18</sup> desenvolvido pelo autor. Com a aplicação deste índice, seria possível ranquear as cidades dentro de um sistema global de investimentos, apontar o potencial de desenvolvimento econômico e tecnológico a longo prazo e ainda avaliar quais fatores devem ser estimulados para se obter melhores resultados.

---

<sup>18</sup> O Índice de criatividade é composto por quatro fatores de mesmo peso: 1) a parcela de força de trabalho que corresponde à classe criativa; 2) o grau de inovação avaliado segundo o número de patentes per capita; 3) o Índice de Alta Tecnologia (Tech Pole Index) e 4) a diversidade mensurada pelo Índice Gay, que mediria o grau de abertura e tolerância de uma sociedade. (FLORIDA, 2011 [2002], p. 244).

A partir daí, os discursos sobre a cidade criativa e as concepções da economia criativa, que se desenvolviam desde a virada para o século XXI, passaram a ser convergentes e, desta forma, difundiram-se também através da ONU-UNCTAD. A economia criativa passou a ser vista como um modelo de desenvolvimento econômico capaz de trazer vitalidade, equidade social e identidade às cidades. A ideia central é que, além de trazer novo fôlego e competitividade às economias locais, projetando-as nos circuitos globais de mercado, através da economia criativa também seria possível resolver problemas recorrentes para o planejamento urbano como, por exemplo, a degradação das áreas centrais e das áreas industriais esvaziadas nas grandes cidades, através de sua reapropriação pelas atividades econômicas deste setor.

Embora a economia criativa esteja sendo amplamente difundida como um modelo de desenvolvimento socioeconômico a ser replicado em países em desenvolvimento, um de seus princípios norteadores, ampla e claramente encontrado na literatura estudada, é sua compatibilização ao contexto histórico e cultural de cada localidade. Neste ponto, onde as nuances dos territórios ganham importância e devem ser cuidadosamente analisadas, algumas incongruências decorrentes da aproximação, ou mesmo da fusão dos conceitos de cidade criativa e de economia criativa, começam a se tornar evidentes.

Em sua concepção original enquanto forma de gestão, o conceito de cidade criativa pode estar presente em qualquer cidade, em cidades das mais variadas características, podendo ser uma cidade global ou até mesmo uma cidade pequena. No entanto, uma cidade pequena não necessariamente terá atividade econômica que possa ser categorizada como pertencente à economia criativa. Em geral, as cidades pequenas se constituem com algum nível de dependência em relação às cidades de maior porte, não tendo seus setores de serviços, indústria ou comércio muito desenvolvidos ou diversificados, conforme é demonstrado pelas teorias de centralidade como a de Christaller (1966), na qual o autor “admite uma hierarquia de lugares centrais de acordo com a menor ou maior disponibilidade de bens e serviços oferecidos por uma localização” (COLUSSO, 2015). A economia criativa enquanto conjunto de atividades relacionadas aos setores secundário e terciário encontra maior possibilidade de

desenvolvimento, em geral, nas cidades de maior porte onde estes setores são mais presentes. Ampliando-se as polêmicas sobre o conceito, a definição da economia criativa esbarra em outra problemática, que é o reconhecimento e o crivo daquilo que pode ser considerado produção ou manifestação cultural, criatividade/inação ou reprodução, estando subordinada a critérios de valoração (THROSBY, 2001).

Na relação que se estabeleceu entre o espaço e a economia criativa, as características históricas e dinâmicas socioeconômicas dos espaços criativos que transparecem através das conceituações teóricas (UNCTAD, 2010; REIS, 2012) nos auxiliam na identificação, através de características socioeconômicas, morfológicas e históricas específicas, de espaços onde a economia criativa se desenvolve. Podemos identificar inicialmente quatro padrões de espacialização das atividades criativas conforme se depreende da literatura: I) áreas potenciais para a requalificação, que passaram por processo de abandono e degradação; II) novas áreas, os chamados tecnopólos ou *clusters* criativos; III) áreas tradicionais, com setores econômicos historicamente estabelecidos e IV) espaço dos pobres<sup>19</sup>.

A expressão cidade criativa, apesar da abrangência com que se emprega hoje, foi utilizada pela primeira vez por Charles Landry ainda no início dos anos 1990; no entanto, assim como o conceito de economia criativa, o conceito de cidades criativas também possui contornos fluidos e, de lá para a atualidade, muitos foram as instâncias ou os teóricos que tentaram definir os espaços criativos. O quadro 2 apresenta algumas destas tentativas.

AUTOR	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS E CONDIÇÕES
CHARLES LANDRY	um lugar que estimula e incorpora uma cultura de criatividade no modo como os <i>stakeholders</i> urbanos atuam	recursos culturais; diversidade; políticas públicas transdisciplinares; engajamento cidadão; presença da criatividade em todos os setores da sociedade e da economia; conjugação de <i>hard</i> e <i>soft</i> ; estruturas regulatórias e incentivos à criatividade; valorização e atração de talentos

<sup>19</sup> A expressão “espaço dos pobres” foi utilizada por Marzulo (2005) em sua tese de doutoramento para designar os espaços ocupados por habitantes das camadas sociais mais baixas dentro da hierarquia social de uma cidade.

RICHARD FLORIDA	idades nas quais há prevalência de classe criativa	altos índices de talento, tecnologia e tolerância, com especial ênfase a baixas barreiras de entrada de talentos criativos
DAVID THROSBY	idades nas quais as atividades culturais fomentam um ambiente urbano economicamente próspero e agradável para moradia	atividades e indústrias culturais diversificadas e com forte impacto econômico; infraestrutura social e cultural; equipamentos culturais consolidados; altas concentrações relativas de emprego criativo; atividade para investimentos
UNCTAD   ONU	complexo urbano em que vários tipos de atividades culturais constituem um componente integral do funcionamento econômico e social da cidade	tendem a ser construídas sobre uma sólida estrutura social e cultural, a ter concentrações de emprego criativo relativamente altas e a ser atrativas ao investimento estrangeiro devido às suas facilidades culturais bem estabelecidas

Quadro 2: Definições e características de cidades criativas. Fonte: adaptado de REIS (2012)

Das várias abordagens possíveis para as cidades criativas, nota-se que somente a abordagem de Landry (1996; 2000; 2011) não relaciona a cidade criativa a setores específicos da economia que teriam por base o emprego de criatividade. Ele incorpora a criatividade como um instrumento para prover uma mentalidade voltada para a resolução de problemas urbanos, numa política de planejamento transdisciplinar e participativa. Nos demais autores, em menor ou maior grau, aparece como elemento central a necessidade de incentivo e fomento a setores determinados da economia.

Percebe-se, também, a partir do quadro 2, que nenhuma das definições apresentadas encontra um fim em si mesma e que elas tampouco são excludentes; revelam apenas que existem diversas abordagens possíveis para o conceito, cada uma gravitando em torno de aspectos cruciais para a organização da sociedade e para o estabelecimento de uma qualidade de lugar. Seja qual for o conceito admitido, ele convergirá para o caráter mais representativo de uma cidade criativa, que é a constituição de uma mentalidade, de uma postura de ação dinâmica, continuada, proporcionada e respaldada pelo seu capital humano e voltada para o desenvolvimento máximo de suas potencialidades.

Florida (2011 [2002]) não utiliza a expressão cidade criativa, mas nos fala indiretamente sobre o conceito aqui discutido lançando mão das expressões *centros criativos*, *poder do lugar* e *qualidade do lugar*. Sobre este último, ressalta três aspectos

relevantes para esta qualidade: a combinação do ambiente construído com o ambiente natural, a diversidade de pessoas, que fornece indícios de que qualquer um pode construir uma vida naquela comunidade, e a vitalidade das ruas, conferida pela cultura dos cafés, das artes, das pessoas que participam de atividades ao ar livre. A abordagem de Florida (2011 [2002]) nos remete imediatamente à obra mais representativa de Jacobs (2009 [1961]), que, já na década de 1960, alertava sobre a importância da manutenção da diversidade nas cidades e nas estratégias de planejamento urbano, em uma crítica ao zoneamento de funções da cidade modernista.

## **2 NARRATIVA HISTÓRICA**

### **2.1 ANTECEDENTES DO ESPAÇO**

A historiografia oficial da área do IV Distrito aponta que esta área da cidade se desenvolveu na esteira da industrialização do município. De acordo com Strohaecker (1998), a partir do ano de 1894, verifica-se o início do parcelamento das glebas da área em loteamentos, que foram realizados, inicialmente, pela Companhia Territorial Porto Alegre, proprietária de muitos terrenos na zona norte da capital, e que tinha entre seus incorporadores membros acionistas das empresas privadas que se instalaram na área, como por exemplo a Fábrica de Fiação e Tecidos Porto-Alegrense (FIATECI)<sup>20</sup>, e também das empresas de fornecimento de infraestrutura, como a Companhia Carris Porto-Alegrense e a Hydraulica Porto-Alegrense. Para o sucesso dos empreendimentos que consolidaram a produção do espaço urbano da região, já naquela época, observava-se a existência de um “pacto de não ingerência da municipalidade sobre os negócios da companhia devido aos interesses de alguns homens públicos” (STROHAECKER, 1998, p. 113), que frequentemente eram também promotores fundiários, evidenciando-se a associação entre o capital industrial e o capital imobiliário para a conformação de espacialidades no município desde o princípio do

---

<sup>20</sup> A FIATECI se instalou na região no ano de 1891, onde permaneceu até o ano de 2010, quando cede lugar ao empreendimento multiuso Rossi Fiateci, após a aquisição das suas instalações pela empresa Vonpar (FERNANDES, 2013).

século XX. A incidência do capital privado se estendia, também, à oferta da infraestrutura que viabilizava as atividades das grandes empresas. Com a fixação das indústrias e diversos serviços na região, e com a oferta dos loteamentos, não tardou para que seus funcionários estabelecessem moradia nas suas proximidades, dinamizando ainda mais as funções urbanas da área. O IV Distrito teria experimentado, então, um momento de vida urbana intensa proporcionado pela multiplicidade de funções urbanas combinadas. No entanto, com o processo de desindustrialização que sofreu em anos subsequentes, a área teve sua dinâmica urbana alterada. A desindustrialização ocorreu em decorrência de diversos fatores como, por exemplo, a grande enchente que atingiu a área em 1941<sup>21</sup>, depreciando seu valor potencial para investimentos de qualquer natureza devido ao risco de reincidência.



*Figura 3 - Enchente de 1941. Fonte: GUIMARAENS, 2009, p. 71*

Fernandes (2013) atribui o processo de abandono da área do IV Distrito não somente ao deslocamento das indústrias em busca de vantagens locais, mas, também, a

---

<sup>21</sup> A enchente ocorrida entre os meses de abril e maio de 1941 se constitui em um dos eventos mais traumáticos experienciados pela cidade de Porto Alegre e sua população, conforme relatado por Guimaraens (2009): “Primeiro veio a chuva. Depois, a fúria dos rios, que violou domicílios e estabelecimentos. Uma enchente de 22 dias quebrou a rotina da cidade de forma violenta, espalhando pânico e desespero. Cerca de 70 mil pessoas deixaram suas casas. Muitas tiveram que começar do zero. Mais de 600 mil empresas demoraram meses para reabrir. Muitas não conseguiram”. Trinta anos mais tarde, este trauma justificaria a construção do muro do Cais Mauá que separa Porto Alegre e sua população do contato com o Rio Guaíba na área central da cidade.

“fatores internos de ordenamento econômico, seja respondendo a fatores locais/individuais ou seja acompanhando os mercados externos” (FERNANDES, 2013, p.118). Todavia, pode-se afirmar, também, que atuaram com efeitos indiretos para a alteração da dinâmica urbana da área, as legislações urbanísticas, em especial a Lei nº 2046, de 1959, e o 1º Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU), de 1979, ao instituir a área como zona de uso predominantemente industrial, numa tentativa de fixar as indústrias no município ao mesmo tempo que visava reforçar uma vocação industrial no IV Distrito. As decorrentes restrições impostas para a simultaneidade do uso residencial com o uso industrial teve por efeito colateral o esvaziamento da área.

## **2.2 CONDIÇÕES PRESENTES DO ESPAÇO**

A área que compreende hoje o IV Distrito, identificada na figura 4, pode ser considerada uma área intra-urbana pericentral, pois é bastante próxima ao centro cultural, administrativo e comercial da cidade. É área privilegiada em termos de acessibilidade, uma vez que a proximidade espacial com a rodoviária e com o aeroporto permite fácil conexão com as mais diversas localidades, sejam elas nacionais ou internacionais, dando possibilidade de fácil conexão da localidade aos circuitos econômicos globais.



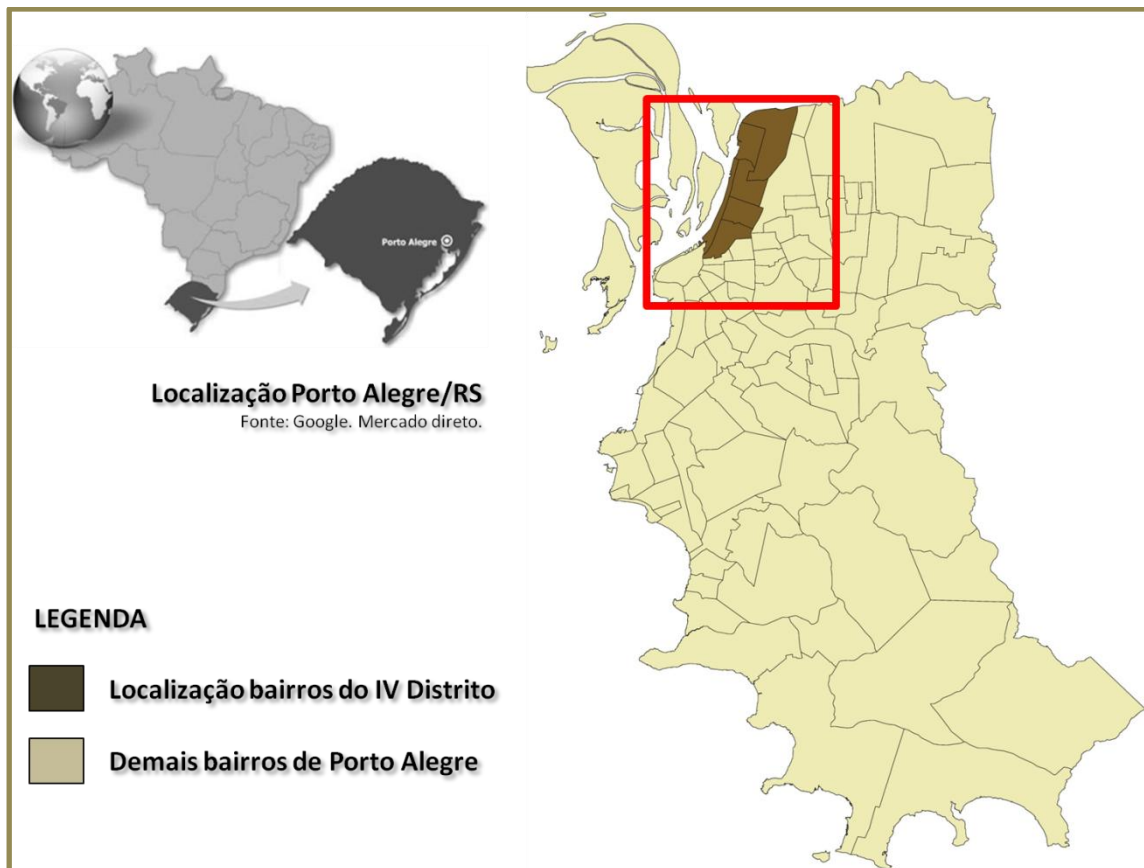


Figura 4:Localização do IV Distrito. Fonte: Elaboração minha.

Todavia, a área apresenta outras peculiaridades, que a tornam atraente ao reinvestimento de capitais. A área que se estende desde o bairro Floresta em direção à zona norte da capital é adjacente ao bairro Moinhos de Vento, bairro tradicional com tecido urbano consolidado por ocupação de uso misto e um dos bairros de valor fundiário mais elevado no município, ocupando a 4ª posição, conforme se pode verificar na tabela 1.

	<b>BAIRRO</b>	<b>VALOR M<sup>2</sup></b>		<b>BAIRRO</b>	<b>VALOR M<sup>2</sup></b>
1º	Jardim Europa	R\$ 10.835,00	42º	Cavahada	R\$ 4.525,00
2º	Bela Vista	R\$ 7.692,00	<b>43º</b>	<b>Humaitá</b>	<b>R\$ 4.416,00</b>
3º	Três Figueiras	R\$ 7.339,00	44º	Belém Novo	R\$ 4.377,00
<b>4º</b>	<b>Moinhos de Vento</b>	<b>R\$ 7.250,00</b>	45º	Jardim Planalto	R\$ 4.375,00
5º	Boa Vista	R\$ 6.984,00	46º	Teresópolis	R\$ 4.363,00
6º	Auxiliadora	R\$ 6.789,00	47º	Bom Jesus	R\$ 4.343,00
7º	Praia de Belas	R\$ 6.786,00	48º	São Sebastião	R\$ 4.303,00
8º	Petrópolis	R\$ 6.713,00	49º	Cristal	R\$ 4.297,00
9º	Mont Serrat	R\$ 6.666,00	<b>50º</b>	<b>São Geraldo</b>	<b>R\$ 4.287,00</b>
10º	Passo da Areia	R\$ 6.537,00	51º	Jardim Itu Sabará	R\$ 4.272,00
11º	Higienópolis	R\$ 6.484,00	52º	Sarandi	R\$ 4.230,00
12º	Menino Deus	R\$ 6.271,00	53º	Vila Conceição	R\$ 4.136,00
13º	Rio Branco	R\$ 6.236,00	54º	Barão do Caí	R\$ 4.047,00
14º	Jardim Botânico	R\$ 6.117,00	55º	Camaquã	R\$ 4.043,00
15º	Santana	R\$ 5.775,00	56º	Jardim São Pedro	R\$ 3.979,00
16º	Azenha	R\$ 5.774,00	57º	Passo das Pedras	R\$ 3.979,00
<b>17º</b>	<b>São João</b>	<b>R\$ 5.749,00</b>	58º	Santa Tereza	R\$ 3.897,00
18º	Independência	R\$ 5.705,00	59º	Alto Petrópolis	R\$ 3.777,00
19º	Vila Jardim	R\$ 5.670,00	60º	Medianeira	R\$ 3.759,00
20º	Chácara das Pedras	R\$ 5.603,00	61º	Ipanema	R\$ 3.741,00
21º	Jardim Lindóia	R\$ 5.468,00	62º	Cel. Aparício Borges	R\$ 3.693,00
22º	Bom Fim	R\$ 5.307,00	63º	Jardim Floresta	R\$ 3.630,00
23º	Tristeza	R\$ 5.263,00	64º	Protásio Alves	R\$ 3.571,00
24º	Cidade Baixa	R\$ 5.142,00	65º	Nonoai	R\$ 3.522,00
25º	Jardim Carvalho	R\$ 5.077,00	66º	Vila Nova	R\$ 3.437,00
26º	Vila Ipiranga	R\$ 5.000,00	67º	Aberta dos Morros	R\$ 3.333,00
27º	Santa Maria Goretti	R\$ 4.968,00	68º	Hípica	R\$ 3.276,00
28º	Partenon	R\$ 4.923,00	69º	Navegantes	R\$ 3.216,00
29º	Vila Assunção	R\$ 4.922,00	70º	Campo Novo	R\$ 3.210,00
30º	Cristo Redentor	R\$ 4.920,00	71º	Espírito Santo	R\$ 3.192,00
31º	Farroupilha	R\$ 4.862,00	72º	Jardim Leopoldina	R\$ 3.191,00
32º	Centro Histórico	R\$ 4.818,00	73º	Guarujá	R\$ 3.179,00
33º	Agronomia	R\$ 4.795,00	74º	Lomba do Pinheiro	R\$ 3.157,00
<b>34º</b>	<b>Floresta</b>	<b>R\$ 4.769,00</b>	75º	Mário Quintana	R\$ 3.111,00
35º	São José	R\$ 4.702,00	76º	Santa Fé	R\$ 2.882,00
36º	Santa Cecília	R\$ 4.647,00	77º	Rubem Berta	R\$ 2.783,00
37º	Santo Antônio	R\$ 4.625,00	78º	Parque dos Maias	R\$ 2.450,00
38º	Centro	R\$ 4.571,00	79º	Ponta Grossa	R\$ 2.200,00
39º	Jardim do Salso	R\$ 4.558,00	80º	Cascata	não informado
40º	Pedra Redonda	R\$ 4.551,00	<b>81º</b>	<b>Farrapos</b>	<b>não informado</b>
41º	Glória	R\$ 4.531,00	82º	Restinga	não informado

Tabela 1: Valor do m<sup>2</sup> bairros de Porto Alegre referentes ao 4º trimestre do ano de 2015. Fonte: elaboração minha cf. VivaReal.

A proximidade com bairros de elevado valor fundiário impulsiona os limites de ingerência do mercado imobiliário sobre o território do IV Distrito, uma vez que, em oposição ao bairro Moinhos de Vento, por exemplo, grande parte de seu território apresenta baixas taxas de ocupação e de densidade demográfica, conforme a figura 5, na qual os tons mais claros representam as menores densidades. A baixa densidade demográfica é utilizada como argumento por gestores e consultores para a implementação do projeto Masterplan, sendo apresentada como um dos problemas da área e devendo-se, portanto, promover seu maior adensamento para que se atinja os patamares de ocupação previstos pelo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental de Porto Alegre.

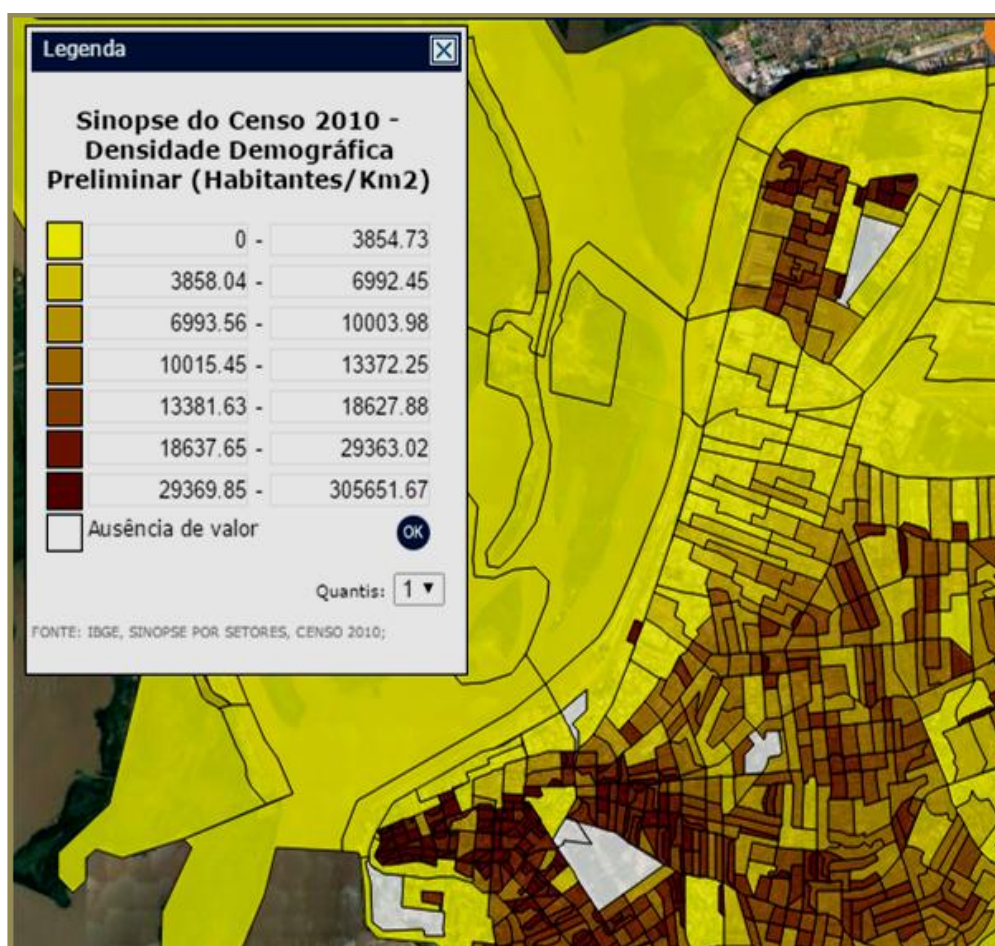


Figura 5: Densidade demográfica (hab./km<sup>2</sup>). Fonte: IBGE.

Embora os bairros Farrapos, Floresta e Humaitá – bairros que integram a área do IV Distrito – tenham apresentado taxas de crescimento populacional superiores ao crescimento médio da cidade entre os anos 2000 e 2010, indicando uma latente

redescoberta da região pela população, possivelmente impulsionada pelas dinâmicas do mercado imobiliário, a baixa densidade em relação a outras áreas mais densificadas da cidade ainda se mantém na área. Em termos absolutos, a área do IV Distrito registrou um aumento populacional de 3.028 novos habitantes, apesar do decréscimo populacional verificado nos bairros Navegantes e São Geraldo, conforme a tabela 2.

	PORTO ALEGRE	FARRAPOS	FLORESTA	HUMAITÁ	NAVEGANTES	S. GERALDO
2000	1.360.403	17.083	15.493	10.293	4.160	9.135
2010	1.409.351	18.986	16.085	11.404	4.011	8.706
EVOLUÇÃO	3,46%	10,02%	3,68%	9,74%	-3,58%	-4,70%

Tabela 2: Evolução populacional. Fonte: OBSERVAPOA.<sup>22</sup>

Além disso, a inobservância governamental com as particularidades e dinâmicas da área e o descompasso da gestão municipal em acompanhar as demandas da indústria em processo de transformação, aliados ao desinteresse de investimento por parte do capital privado, contribuíram para a conformação de uma paisagem composta por edificações subutilizadas, abandonadas e em decadência, conforme pode ser observado com a figura 6, dando origem a um cenário que passou a comportar índices de violência, de prostituição, de consumo e tráfico de drogas, mas bem servida por uma infraestrutura consolidada nos tempos de vida urbana intensa.

<sup>22</sup> Observa-se que o bairro Marcílio Dias foi incorporado aos bairros Floresta, São Geraldo e Navegantes, em decorrência da aprovação da Lei nº 12.112, de 22 de agosto de 2016, que redefine os limites dos bairros de Porto Alegre. Não foram encontrados dados referentes a este bairro no site do ObservaPoa, que ainda era existente no período analisado.



*Figura 6: Av. Voluntários da Pátria. Foto: Caroline Ferraz/Sul21*

É neste cenário, constituído pelas décadas de abandono dos investimentos públicos e privados na área do IV Distrito, que os setores da economia criativa<sup>23</sup> surgem como receituário para os problemas socioeconômicos da área, suscitando uma série de novas providências legislativas e condutas administrativas.

### **2.3 PROJEÇÕES PARA O FUTURO EM TEMPO PRESENTE**

A Prefeitura Municipal de Porto Alegre, em parceria com diversas instituições como secretarias municipais, universidades, empreendedores, associações, sistema S, definiu, no ano de 2014, as primeiras diretrizes para Economia Criativa em um Plano Municipal de Economia Criativa. O documento elaborado pelo município tem, entre

---

<sup>23</sup> Em que pese as diferentes concepções de economia criativa encontradas na bibliografia estudada, aqui será utilizada a definição dada pelo Plano Municipal de Economia Criativa, da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, que a define como um “conjunto de produtos, serviços e manifestações baseadas no emprego do capital intelectual criativo com potencial de gerar crescimento socioeconômico [...] envolvendo cadeias produtivas, agentes criativos, interfaces tecnológicas e modelos inovadores de empreendimento”, com ênfase nas atividades relacionadas a arte, cultura, mídia digital, softwares, design, arquitetura, modelagem 3D, moda, turismo, gastronomia e entretenimento. Permite-se tal posicionamento na medida em que este trabalho não tem como objetivo problematizar quais atividades ou setores econômicos comporiam a economia criativa de Porto Alegre, mas, sim, problematizar a forma de operacionalização do conceito como instrumento de espacialização.

outras referências, a política nacional para Economia Criativa instituída pelo Plano Nacional de Economia Criativa do Ministério da Cultura (BRASIL, 2011). Assim como no plano nacional, os princípios que norteiam o plano municipal para a Economia Criativa são: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social. As diretrizes definidas foram discursivamente elaboradas sob a prerrogativa de que as políticas de implementação da economia criativa não se apropriassem, sem a devida tradução, dos modelos desenvolvidos para o fomento da economia criativa de países de culturas e trajetória histórica completamente distintas, com contextos onde as diferenças sociais e econômicas muitas vezes não se revelam tão abissais quanto a realidade brasileira.

A definição de Economia Criativa segundo o Plano Municipal para Economia Criativa de Porto Alegre é bastante abrangente, tendendo a contemplar desde as atividades nucleares do setor criativo até as atividades de apoio ao núcleo.

Economia criativa é conceito novo em constante mudança e evolução, focado no conjunto de produtos, serviços e manifestações baseadas no emprego do capital intelectual criativo com potencial de gerar crescimento socioeconômico. Abrange aspectos culturais, sociais e econômicos, envolvendo cadeias produtivas, agentes criativos, interfaces tecnológicas e modelos inovadores de empreendimento. (INOVAPOA, 2014)

Dentre os setores criativos a serem contemplados, segundo o plano municipal, deverão ser enfatizadas quatro áreas da produção criativa: mundo das artes e cultura, mídia digital e desenvolvimento de software e interfaces, atividades relacionadas ao design (arquitetura, modelagem 3D, moda e acessórios) e turismo, gastronomia e entretenimento. O plano definiu, também, como sua principal meta, a elaboração do Mapa de Iniciativas e Oportunidades em Economia Criativa, mas observa que “algumas das ações apresentadas no plano já estão em prática, obedecendo uma dinâmica própria do setor” (INOVAPOA, 2014), a exemplo da implantação do polo de economia criativa no chamado 4º Distrito da capital gaúcha (ibid.).

O plano de economia criativa de Porto Alegre utilizou também como referência os estudos elaborados pela Fecomércio-SP, segundo os quais a cidade de Porto Alegre ocuparia a segunda posição no Ranking Brasil de cidades criativas, de acordo com o índice geral criativo, que contempla as relações emprego criativo per capita/emprego super criativo per capita. Além do estudo da Fecomércio-SP, o plano também utilizou como referência estudos e dados estatísticos coletados e apresentados pela FEE e pela



FIRJAN-RJ, sendo que este último apresenta dados relativos apenas ao estado do Rio Grande do Sul que, por sua vez, não revelam um cenário muito positivo do setor criativo na região – segundo os critérios utilizados e em comparação com outras regiões avaliadas.

No que tange aos dispositivos legislativos implementados para o desenvolvimento da economia criativa na cidade, em 29 de novembro de 2013, aprovou-se a Lei Complementar nº 721, que estabelece medidas de incentivo e apoio à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente empresarial, acadêmico e social no Município de Porto Alegre. E, alinhado às suas diretrizes, em 14 de dezembro de 2015, foi aprovado o projeto de alteração da Lei Complementar 07/1973, o PLCE 022/15, que dispõe sobre a redução de Imposto Sobre Serviços (ISS) aos serviços de pesquisa e desenvolvimento na área de tecnologia em saúde, para todas as regiões do município, bem como sobre a isenção do Imposto Predial, Territorial e Urbano (IPTU), pelo prazo de cinco anos, aos imóveis utilizados por empresas de base tecnológica ou inovadores nos bairros Floresta, São Geraldo, Navegantes, Humaitá, Farrapos – bairros que integram a área do IV Distrito. A isenção foi aplicada, também, com relação ao Imposto sobre a Transmissão de Bens Imóveis (ITBI) adquiridos por empresas de base tecnológica ou inovadora. Ao PLCE 022/15, duas emendas foram propostas: a emenda nº 01, que pedia isenção de IPTU, ITBI e ISS também para empresas de qualquer natureza do IV Distrito que apresentassem projetos de moradia popular, e a emenda nº 02, que solicitava que as empresas de economia criativa já instaladas no IV Distrito fossem incluídas no rol de isenções previstas pelo PLCE 022/2015. Apenas a emenda nº 02 foi aprovada.<sup>24</sup> Entende-se que este fato evidencia a rejeição a uma proposta que poderia contribuir para a manutenção de uma heterogeneidade social na região, de forma a permitir que parcelas da população de menor estrato socioeconômico também participassem e tivessem acesso às novas dinâmicas e melhorias propostas para a área.

Na sequência das instrumentalizações legislativas, foi publicado o termo de referência para a contratação da consultoria que realizou o plano de revitalização que

---

<sup>24</sup> Cf. CÂMARA.POA

estabeleceu as diretrizes para a qualificação integrada e progressiva do IV Distrito (sic), que deveria ser elaborado a partir de três eixos estratégicos: ambiental, social e econômico. Através do Plano de revitalização deveria ser possível: disciplinar e melhorar o uso e a ocupação do espaço público; reestruturar a mobilidade; valorizar e viabilizar o patrimônio histórico e cultural; reverter a imagem de deterioração e abandono; melhorar a segurança e a imagem de segurança e fomentar atividades culturais, de lazer, educação e de turismo (PORTO ALEGRE, 2015) e a parceria público-privada através de operação urbana consorciada como instrumento viabilizador das intervenções urbanas propostas.

Na oportunidade do anúncio do convênio que foi firmado entre a Prefeitura Municipal de Porto Alegre e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, foi apresentado pelos técnicos da prefeitura o mapa do anexo III com o potencial de renovação da área que deveria ser contemplada pelo Masterplan. Observa-se, com o auxílio do mapa, que apenas não foram considerados para a renovação os equipamentos urbanos, os imóveis inventariados e os edifícios com altura igual ou superior a três pavimentos. Na prática, o mapeamento realizado pela PMPA informa a disponibilidade de terras para a construção de novos empreendimentos, deixando claro que não se trata de uma requalificação das estruturas existentes, uma vez que a referência utilizada para a definição do potencial de renovação é um critério de altura e não de estado de conservação das edificações ou das possibilidades de readequação a novas funções, por exemplo.

### **3 RELATOS DA PESQUISA: DO MÉTODO AO *CORPUS***

Durante o desenvolvimento inicial desta pesquisa, ao ser empreendida uma aproximação com o fenômeno observado – a emergência da economia criativa na cidade de Porto Alegre e sua potencial classificação enquanto uma cidade criativa (FECOMÉRCIO, 2012) ou cidade inteligente<sup>25</sup>, informações relevantes atravessaram as primeiras noções acerca do fenômeno, fazendo com que os rumos da pesquisa fossem

---

<sup>25</sup> Cf. IBM. No ano de 2012, Porto Alegre foi selecionada para participar do programa Smarter Cities Challenge, promovido pela IBM.



alterados. As diversas formas discursivas, como documentos e proposições institucionais, mediações da imprensa local, eventos promovidos pela sociedade civil organizada, com as quais entrou-se em contato, pareciam enredar-se em uma narrativa hegemônica, aparentemente tendo por princípio orientador a natural determinação de um setor urbano da cidade como o profícuo destinatário dos setores da economia criativa e de qualquer investimento público ou privado necessário à sociedade e justificado por princípios de desenvolvimento social e econômico. Todavia, para cumprir os objetivos de mapeamento da economia criativa de Porto Alegre, conforme diretrizes do Plano Municipal de Economia Criativa, em dezembro de 2015, foi lançada uma plataforma online de mapeamento, pelo Gabinete de Inovação e Tecnologia (Inovapoa) da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, na qual era possível que a sociedade civil cadastrasse, em uma base cartográfica do município, a localização de estabelecimentos criativos. Com a disponibilização da plataforma, objetivou-se a realização colaborativa do mapeamento da economia criativa de Porto Alegre e o acesso a este mapa, de certa forma, trouxe maior materialidade à construção de um pensamento crítico sobre o fenômeno, o que também apoiou-se em referencial epistêmico acumulado sobre as teorias de gentrificação, segregação socioespacial e também nas teorias sobre a economia criativa e as cidades criativas. Foi com o auxílio do mapa que tornou-se discursiva e imgeticamente evidente que muitos estabelecimentos autodeclarados como pertencentes à economia criativa, encontram-se fora dos limites do IV Distrito, conforme se depreende a partir da figura 7. Além disso, os estabelecimentos criativos que se localizavam dentro dos limites do IV Distrito estavam restritos apenas aos bairros Floresta e Navegantes.

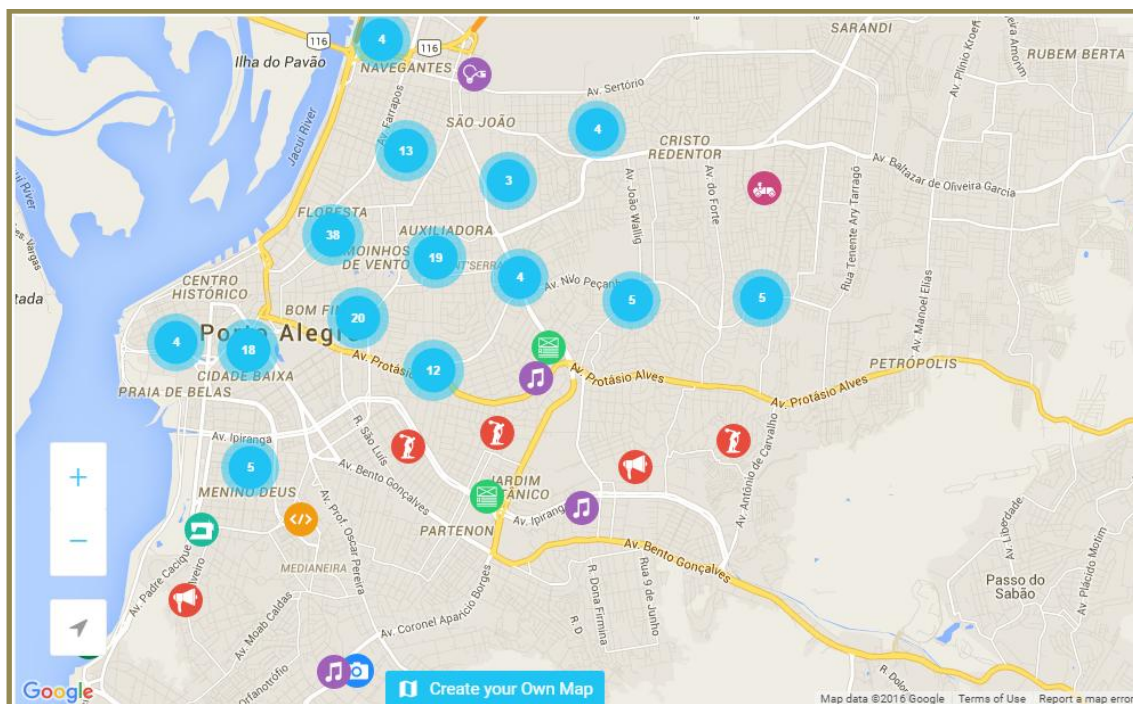


Figura 7: Mapa digital da economia criativa de Porto Alegre. Fonte: CLASSIC.MAPME.

Apesar do histórico de intenções de reurbanização da área, passou-se, então, a problematizar a eleição do IV Distrito como o local próprio de e para o desenvolvimento da economia criativa na cidade quando outras áreas também abrigavam atividades do setor criativo. As inquietações levaram, ainda, ao questionamento sobre a forma como se estavam desenhando, na prática, as políticas voltadas para o fomento da economia criativa e seus reflexos sobre o espaço na cidade de Porto Alegre.

É importante observar, ainda, que o mapeamento da economia criativa, ao menos em seus estágios primários, pode encontrar incompatibilidades quando confrontado com outras formas de discursar sobre o setor, de forma que, tomando-se este mapeamento como pressuposto para a instituição de políticas pontuais de intervenção urbana, o banco de dados pode ser, de pronto, questionado em sua validade. Entende-se que para considerá-lo como uma cartografia que de fato corresponda ou ao menos se aproxime de uma radiografia completa da localização das atividades do setor econômico criativo na cidade, seria preciso levar em consideração os diferentes níveis de distribuição e acesso à informação e o nível de popularização de tal plataforma e, também, os diferentes níveis de facilidade de acesso à internet da população porto-

alegrense. Considera-se, portanto, que há uma provável defasagem entre a localização e a quantidade de estabelecimentos criativos cadastrados na plataforma e os referenciais efetivos de estabelecimentos criativos na cidade. Para que se possa afirmar que este mapeamento corresponde aos objetivos aos quais se propõe, seria necessário garantir que o nível de penetração dos discursos sobre economia criativa, bem como o esclarecimento sobre o que ela vem a ser e quais são seus setores e cadeias de produção, ocorram de forma igualitária em todas as regiões do município, o que não pode ser verificado nem mesmo na porção territorial do IV Distrito que mais vem recebendo atenção da municipalidade e da imprensa local, conforme depreendeu-se de pesquisa de campo realizada em maio de 2016<sup>26</sup>.

No primeiro item deste capítulo, realiza-se uma discussão sobre o caráter artesanal do método em pesquisas nas ciências sociais. Partindo da possibilidade de construção do método apresentada por Becker (1999 [1992]), buscou-se chegar à explicitação e à argumentação de um método que tenha como base o referencial teórico acionado para a abordagem do fenômeno estudado. O método de análise da narrativa desenvolvido tem como objetivo problematizar a construção da espacialidade criativa, da instauração de uma identidade do espaço, advinda das narrativas da imprensa. Para atingir o objetivo proposto, buscou-se referências de análise da narrativa (RICOEUR, 1994 [1983]) para a delimitação dos critérios de seleção dos dados coletados e engajamento dos dados em categorias analíticas e referências de análise da narrativa jornalística (MOTTA, 2005) que, em conjunto com as teorias sobre narrativas (BENJAMIN, 1985 [1936]); RICOEUR, 1994 [1983]), permitiram a análise do *corpus* estabelecido para o estudo.

No segundo item do capítulo, apresenta-se o processo de coleta e seleção dos dados, constituindo o *corpus* analítico, que é composto por matérias jornalísticas do jornal Zero Hora em sua versão digital. Cada matéria constitui uma unidade básica de análise, que pode ser tomada em isolado ou em seu caráter relacional com outras unidades. As categorias elegidas para o agrupamento das matérias jornalísticas visam auxiliar na

---

<sup>26</sup> Ver CARDOSO, Renata C.; GARCIA, Carolina G.. Resignificando a paisagem industrial através de práticas criativas: O Caso do IV Distrito de Porto Alegre. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, 2016, Porto Alegre. IV ENANPARQ, 2016. v. 4.

manipulação e na análise das mesmas e da narrativa que se constitui pelo conjunto de matérias e foram selecionadas por apresentarem os elementos de composição de narrativas conforme Ricoeur (1994 [1983]) – intriga, personagens, espaço e tempo.

No terceiro item, apresenta-se o estudo de caso formado pelo *corpus* resultante dos procedimentos de coleta e seleção das matérias jornalísticas. Por fim, a análise das narrativas e do agenciamento dos fatos e elementos narrados é disposta no item 4.

### 3.1 CONSTRUÇÃO DO MÉTODO

Pensar um método de pesquisa é uma atividade criativa. Um exercício prático de perguntas e repostas, de suposições alicerçadas nas experiências teóricas e empíricas do pesquisador, suposições muitas vezes derivadas de um senso comum (BOURDIEU, 2007 [1987]), mas que possuem plenas condições de conduzir o pesquisador para uma verificação empírica do problema. O fazer científico é um jogo no qual as técnicas de pesquisa disponíveis e apreendidas pelo pesquisador devem ser combinadas, instrumentalizadas com o objetivo de construir o fenômeno que se pretende analisar, ao mesmo tempo que deve permitir filtrar os dados coletados à luz da trama teórica por ele construída. Para a realização das análises pretendidas, apoia-se em Becker (1999 [1992]), que defende o caráter artesanal do método em oposição a replicações inadvertidas de procedimentos metodológicos: “prefiro um modelo artesanal de ciência, no qual cada trabalhador produz as teorias e os métodos necessários para o trabalho que está sendo feito” (ibid., p. 12).

É importante observar que são várias as técnicas de pesquisa disponíveis para a análise de pesquisas em ciências sociais, como entrevistas, aplicação de questionários, observação, pesquisa documental, pesquisa etnográfica, sociobiografia entre outras que, com o referencial teórico, poderiam dar conta do problema pesquisado. O reconhecimento de que em pesquisa social se efetua a eleição de uma ou algumas técnicas em detrimento de outras faz com que, ao final da pesquisa empírica e após a realização das análises, seja realizada uma ponderação sobre a adequabilidade ou não das técnicas elegidas para análise do problema de pesquisa e sobre uma eventual

necessidade de revisão dos marcos teóricos. Reside aí a necessidade imperativa de uma predisposição à flexibilidade do método, entendido com um construto, e principalmente a requisição de flexibilidade do pesquisador, que deve estar aberto às tomadas de decisões *ad hoc*, às adequações necessárias ao método que dirão respeito apenas às especificidades dos problemas enfrentados pelo pesquisador ao abordar o objeto pesquisado, naquele tempo-espaço específico em que a pesquisa se desenvolve. Sobre os procedimentos de pesquisas, Becker (1999 [1992]) indica que:

[...] Em vez de tentar colocar suas observações sobre o mundo numa camisa-de-força de ideias desenvolvidas em outro lugar, para explicar fenômenos peculiares a este tempo e a este lugar, os sociólogos podem desenvolver as ideias mais relevantes para os fenômenos que eles próprios revelaram. (BECKER, 1999 [1992], p.12)

Empreender uma pesquisa que pretende ter como objeto de estudo a construção da narrativa da espacialidade criativa através da imprensa significa colocar-se em um trânsito que se institui entre os diversos níveis de opinião sobre o fenômeno, mas que deve estar para além das opiniões primeiras. Os diferentes discursos encontrados sobre o fenômeno se manifestaram desde o nível de uma opinião pública até os níveis mais refinados da opinião construída com base no saber científico (BOURDIEU, 2007 [1987]), fazendo com que a vigilância do analista em manter-se o menos absorto possível ao que está sendo narrado no objeto estudado seja constantemente trazida ao primeiro plano.

Feitas estas considerações iniciais sobre o fazer metodológico, uma proposição passou a orientar a construção do método para o fenômeno analisado por este estudo: para abordar, teórica e metodologicamente, um estudo que coloca o discurso jornalístico enquanto uma narrativa, deveria ser possível encontrar nas matérias jornalísticas os elementos classicamente reconhecidos como compositores das narrativas em geral. Desta forma, a abordagem do discurso jornalístico enquanto uma narrativa requisiou, para o embasamento teórico, um esforço que se ancorou em teorias da comunicação e da linguagem, nas viradas epistêmicas a partir do que o paradigma dominante da neutralidade do discurso da imprensa passou a ser questionado. Assim, toma-se o discurso jornalístico como compositor de narrativas e que, enquanto uma prática oriunda da esfera discursiva, está sujeita às mesmas normas explicitadas pelas teorias

comunicacionais que dizem o discurso, que se forma a partir de uma relação dialógica entre emissor e receptor do enunciado. O discurso é proferido pelo emissor orientado por sua intencionalidade de transmitir determinada informação, ideia, sensação ao receptor da mensagem; desta forma, o ato de transmitir uma informação é, por si só, instaurador de um acontecimento contado com um determinado objetivo, em que do início ao fim da ação comunicacional o discurso passa a ser dotado de uma totalidade significativa que é dada pela narratividade.

Tendo um objeto de estudo bem delimitado, conduzimo-nos para a definição de um estudo de caso, pois entendemos que seja possível “adquirir conhecimento do fenômeno adequadamente a partir da exploração intensa de um único caso” (BECKER, 1999 [1992], p.117) e, assim, compreender as múltiplas relações que atuam para instaurar o fenômeno. Becker (ibid.) aponta, ainda, que o estudo de caso tem uma dupla finalidade:

Por um lado, tenta chegar a uma compreensão abrangente do grupo em estudo: quem são seus membros? Quais são suas modalidades de atividade e interação recorrentes e estáveis? Como elas se relacionam umas com as outras e como o grupo está relacionado com o resto do mundo? Ao mesmo tempo, o estudo de caso também tenta desenvolver declarações teóricas mais gerais sobre regularidades do processo e estruturas sociais. (BECKER, 1999 [1992], p.118)

Teoricamente, para a análise do estudo de caso, parte-se das concepções sobre as narrativas de Benjamin (1985 [1936]) e Ricoeur (1994 [1983]) e sua interpenetração com a temporalidade; utiliza-se como base, também, a análise pragmática da narrativa jornalística proposta por Motta (2013). As tramas teóricas tecidas no capítulo 1, bem como a narrativa histórica descrita no capítulo 2, auxiliam, principalmente, para a compreensão do mundo pré-narrativo sobre o qual as narrativas jornalísticas se ancoram, visando e construindo uma possibilidade de futuro para a área do IV Distrito, ao mesmo tempo em que saca do passado, da história, em uma ação ordenada e configurante, narrativas consensuais com aquilo que se quer narrar.

Se, como afirma Ricoeur (1994 [1983]), a narrativa faz trabalhar a unidade do tempo, poderíamos inferir que há uma predominância da dimensão do tempo sobre a dimensão do espaço no ato narrativo e sobre a qual a narrativa jornalística também

instaurar-se-ia? Predominância do tempo no sentido de que ele tensiona a velocidade das transformações do espaço para torná-los, tempo e espaço, sincrônicos, coetâneos, quando não o são na totalidade, uma vez que se admite a multiplicidade que constitui ambas as dimensões. Essa sincronicidade exigida do espaço, pela visão progressista e progressiva da história, advém de uma construção que se efetiva, primeiramente, a partir do tempo, pois esta é a dimensão mais abstrata e psicológica do par espaço-tempo e, portanto, é a dimensão mais manipulável. Paradoxalmente, a sincronicidade em relação ao movimento temporal que é exigida do espaço, faz-se através de sua estase, que se vincula à égide de uma identidade fixa, não predominante, mas passível de ser pinçada da sociedade. Massey (2015 [2005]) defende que as políticas para o espaço não devem ser pensadas a partir da conceituação do espaço como representação de diferentes momentos no tempo, que tempo e espaço estão co-implicados, de modo que uma operação sobre um implica em operação sobre o outro, ao que poder-se-ia acrescentar que o espaço acaba sendo temporalizado numa tentativa de empiricizar o tempo, de encontrar indícios da materialização do tempo manifestas no espaço. Neste estudo, busca-se, com as análises da narrativa jornalística, tecer considerações sobre as formas de tratamento e de significados que as narrativas conferem ao binômio espaço-tempo. Massey (2015 [2005]) é acionada para permitir uma abordagem crítica sobre as formas de se pensar o espaço a partir de uma concepção não hierárquica e coesa entre espaço e tempo e também pelo caráter propositivo de suas teorias para a instituição de políticas da espacialidade não manifestas nas explorações das nuances entre tempo e espaço efetuadas por Ricoeur (1994 [1983]).

Como proposta metodológica para a análise da narrativa jornalística, Motta (2005) elabora uma sequência de operações para a realização da análise. No entanto, este estudo abordará apenas a operação que consiste na identificação das estratégias de objetivação e das estratégias de subjetivação, chamadas pelo autor de estratégias comunicativas (MOTTA, 2005) ou estratégias argumentativas (MOTTA, 2015). Entende-se que as demais operações podem ser contempladas pelas abordagens já utilizadas a partir de Ricoeur (1994 [1983]), autor que embasa grande parte da metodologia proposta por Motta (2005; 2015). No entanto, a identificação das estratégias de

comunicação se prestam mais claramente para abordar a concepção de Ricoeur (1994 [1983]) de que a narrativa se completa apenas no ato de recepção da mensagem. Entende-se, aqui, que as estratégias de comunicação são os dispositivos que fazem a conexão entre o mundo interno da narrativa e o mundo externo, espaço das materializações das narrativas significadas, onde a configuração argumentativa se realiza. E este é ponto que interessa a um estudo que tem como preocupação o contexto cultural e comunicativo, que permite que novas proposições de leituras econômicas avancem sobre a constituição do espaço em sua ampla compreensão. No caso deste estudo, a análise das estratégias comunicativas recai, principalmente, sobre relatos que dizem o espaço, assim como sobre aqueles que dizem o tempo. Da mesma forma, é importante salientar como a narrativa é conduzida através do tempo, no sentido de que há um ritmo que é adjetivado à narrativa pela sequência de fatos e relatos agenciados. A análise das estratégias de comunicação também pode ser efetuada a partir de todas as operações propostas por Motta (2005; 2015), com destaque para as análises sobre os personagens citados ou entrevistados nas matérias, uma vez que as caracterizações atribuídas ou emprestadas a eles, em geral, estão vinculadas a estratégias de subjetivação ou de objetivação.

### **3.2 COMPONENTES DA NARRATIVA: DELIMITAÇÃO DO *CORPUS***

O jornal, segundo Brasil (2014), é o meio de comunicação portador de maior confiabilidade para os brasileiros e, também, o meio de comunicação que mais recebe atenção exclusiva dos leitores, havendo pouca ou nenhuma concomitância na leitura do jornal com a realização de outras atividades em paralelo. Entre as razões apontadas pela PBM<sup>27</sup> (BRASIL, 2014) para o consumo do jornal, destaca-se a prevalência do desejo por informação, sendo os assuntos sobre a cidade e o cotidiano os mais lidos. O jornal se constitui, também, como um importante veículo para a difusão da ideia de uma opinião pública, que seria uma média das opiniões, assim produzindo efeitos de

---

<sup>27</sup> Pesquisa Brasileira de Mídia.



consenso (BOURDIEU, 1973). Além disso, atualmente, sua audiência pode ser entendida como estendida, pois se replica na forma digital.

Retomando os argumentos expostos na introdução deste estudo para a definição do *locus* de pesquisa, que teve por base, entre outros fatores, a combinação entre as políticas econômicas e urbanas propostas pela municipalidade, define-se para a análise da construção das narrativas sobre a espacialidade do IV Distrito de Porto Alegre/RS e como objeto de estudo o jornal Zero Hora (ZH), do Grupo RBS, grande grupo empresarial de comunicação da Região Sul do país. A escolha de determinado jornal se deu alicerçada por dados<sup>28</sup> da Associação Nacional de Jornais (ANJ), nos quais nos últimos 15 anos, anos contemplados pela pesquisa realizada pela ANJ, o jornal figura entre os sete maiores do país em termos de circulação e como o de maior circulação no estado do Rio Grande do Sul. No que se refere à análise de um fenômeno relativo aos estudos de planejamento urbano e que tem como preocupação de fundo a produção do espaço, cabe ressaltar que o Grupo RBS é uma empresa de controle familiar, cujos membros acionistas possuem, também, diversas empresas de atuação no seguimento imobiliário, sendo a mais publicizada a empresa Maiojama Empreendimentos Imobiliários LTDA., com atuação desde 1975<sup>29</sup>. No que se refere ainda mais ao fenômeno pesquisado por este estudo, observa-se que o Grupo RBS, desde 2012, através da empresa e.Bricks Digital, passou a investir, também, no setor digital, realizando investimentos em empresas *growth stage*, possuindo um fundo *early stage* de investimentos dedicado a startups iniciantes.<sup>30</sup>

Para a pesquisa das matérias que comporiam o *corpus* de análise, utilizou-se a versão digital do jornal ZH, plataforma online de comunicação do Grupo RBS. Tal critério de seleção se viabiliza porque a versão digital, em geral, apresenta matérias com conteúdo idêntico ou muito próximo ao da versão impressa tradicional e consolidada. Conforme Lindemann (2014), “a redação de ZH é integrada de modo que os profissionais trabalham tanto para a versão impressa quanto para a versão digital”

---

<sup>28</sup> Cf. ANJ.

<sup>29</sup> Cf. Receita Federal.

<sup>30</sup> Cf. Grupo RBS e e.Bricks Digital.

(ibid., p.72). Compreende-se que o *corpus* de notícias veiculados na versão digital, em termos gerais, também é um veículo de comunicação capaz de atender as proposições deste estudo quanto à construção da narrativa jornalística. O fato da plataforma online disponibilizar um espaço para comentários do leitor possibilita a análise da narrativa jornalística também a partir da compreensão de Ricoeur (1994 [1983]) de que a narrativa só se completa no momento em que a leitura é efetuada pelo leitor. A partir do acesso aos comentários postados pelos leitores, é possível identificar de que forma a narrativa se efetivou junto ao leitor; além disso, as versões digitais dos jornais começam a ganhar aderência dos leitores.

No entanto, talvez o fato mais relevante seja a vantagem que apresenta de permitir que a informação circule com maior facilidade, principalmente nas redes sociais online, através de opções de compartilhamento disponibilizadas pelas próprias plataformas dos jornais digitais, assim impulsionando seu processo de recepção também por leitores não habituais. Contribui ainda com a eleição da plataforma online do jornal ZH o fato de seu lançamento ser anterior às discussões mais sistemáticas sobre a economia criativa em Porto Alegre, o que limita, deste modo, a possibilidade de existência de matérias jornalísticas, anteriores ao ano de 2008, que poderiam remeter ao discurso sobre a economia criativa na cidade, ainda que de forma embrionária. Todavia, não ignora-se o fato de que, no caso analisado, as narrativas sobre o IV Distrito precederam as narrativas sobre a economia criativa, inclusive com narrativas relacionadas a atividades econômicas tecnológicas, que hoje estão incluídas em algumas das concepções da economia criativa. No entanto, o crivo que se procurou dar aqui parte da correlação entre os discursos sobre esta nova taxonomia da economia e dos recentes projetos de reurbanização do IV Distrito, que tem setores da economia criativa como ponta de lança em discursos desenvolvimentistas.

Para a primeira seleção das matérias jornalísticas, foi realizada uma pesquisa com as *tags*<sup>31</sup> *distrito*, *economia criativa*, *criativo*, *vila flores*, *inovação* e também aquelas que remeteriam aos bairros ou áreas que compõe o IV Distrito, a saber, *Floresta*,

---

<sup>31</sup> Cf. Tecmundo, palavra-chave ou termo associado com uma informação. As *tags* na internet são palavras que auxiliam na organização de informações, agrupando informações que receberam a mesma marcação.

*Navegantes, Humaitá, São Geraldo, Farrapos, Marcílio Dias, Santa Terezinha.* A definição por amplo escopo de palavras-chave visava, inicialmente, oferecer um panorama geral sobre as informações veiculadas a respeito da área do IV Distrito e sobre as possibilidades de abordagem dos setores da economia criativa pelo veículo de informação elegido. As *tags* compostas por mais de uma palavra foram pesquisadas entre aspas, restringindo a busca apenas ao termo propriamente pesquisado. A palavra distrito foi pesquisada em isolado porque sabia-se de antemão que o numeral que o acompanha por vezes é utilizado na versão numérica, como em 4º Distrito, e por vezes na forma extensiva, como em Quarto Distrito. Em momento posterior, verificou-se que a plataforma não faz uma distinção precisa entre a forma ordinal numeral e a forma ordinal extensiva (por vezes eram encontradas uma forma ordinal quando se buscava pela outra), mas a busca pela forma extensiva encontrou mais resultados – 434 – do que a forma numeral, – com 189 resultados. A busca através do site não oferece precisão numérica dos resultados encontrados: o número de resultados indicados pelo sistema de busca se refere ao número de ocorrências da *tag* pesquisada, considerando-se sua ocorrência por todo o texto das matérias, e não se refere ao número de matérias por *tag*. As matérias podem conter mais de uma das *tags* pesquisadas, fazendo com que uma mesma matéria possa ser encontrada a partir da busca por *tags* distintas. Ainda, a plataforma não apresenta possibilidade de refinamento de busca, de modo que a maioria dos resultados encontrados não se refere ao tema deste estudo. Por esses motivos, não foi possível precisar o número total de matérias encontradas pela busca inicial, de maneira que optou-se pela explicitação numérica apenas daquelas matérias que, após primeiro filtro de coleta, mais diretamente se relacionavam com a temática deste estudo. Ademais, os objetivos deste trabalho não tornam imperativa a utilização da totalidade de matérias produzidas sobre determinado tema, visto que o ponto de interesse deste estudo é a construção da narrativa da espacialidade que se efetiva a partir de um conjunto solidário, recorrente e representativo de matérias jornalísticas.

Retomando a descrição dos procedimentos de coleta dos dados, como explicitado, o primeiro filtro foi realizado de acordo com o conteúdo das manchetes jornalísticas, procedimento que delimitou o *corpus* inicial em um total de 170 matérias ou colunas

jornalísticas que puderam ser correlacionadas às problemáticas propostas por este estudo e que foram produzidas entre os anos de 2008, ano de lançamento da plataforma online, e 2016, ano de conclusão da etapa de coleta de dados desta pesquisa. Das 170 matérias, 68, ou seja, 40% do *corpus* encontrado, destinava-se a noticiar fatos relacionados à segurança, destacadamente a crimes ocorridos na região pesquisada, como se exemplifica através da figura 8.



Figura 8: Narrativas da violência. Fonte: elaboração minha a partir de ZH Digital.

Tais matérias foram descartadas do *corpus* de análise por não ser possível identificar nelas a vinculação entre o IV Distrito e a espacialização da criatividade em Porto Alegre, considerando-se como uma outra narrativa sobre o espaço do IV Distrito que não se vincula diretamente à narrativa da espacialidade criativa na cidade, mas que se constitui em paralelo – e que poderiam ser tomadas como complementares caso os objetivos destes estudo fossem ampliados. Todavia, compreende-se que esta informação constitui-se, também, como um importante referencial para a análise subjetiva da produção de sentido que se estabelece sobre determinadas regiões da cidade como *locus* da violência e da degradação social. Evidentemente, para que

elaborações mais precisas sobre a informação da violência na cidade fossem tecidas, deveria ser realizada uma pesquisa das matérias jornalísticas tendo a cidade em sua totalidade como ponto de partida, portanto outras *tags* e critérios de seleção deveriam ser incorporados à pesquisa inicial, o que não se configura como objetivo direto ou imediato deste estudo. Torna-se relevante, ainda, observar que, das 68 matérias jornalísticas que foram descartadas inicialmente, nenhuma delas utiliza o termo *Quarto Distrito* ou o equivalente *4º Distrito*, seja no título (manchete), no subtítulo (título auxiliar), no lide<sup>32</sup> ou no restante da matéria. Nestas matérias, a identificação do local se dá através da definição dos bairros ou ruas onde o fato jornalístico transcorreu, ou através do termo de referência espacial mais genérico *zona norte*.

Dentre as 102 matérias jornalísticas remanescentes, 16 matérias abordam fatos referentes ao mercado imobiliário, tendo como referência principal o bairro Humaitá e os desdobramentos para a área a partir da construção do complexo esportivo da Arena do Grêmio Football Clube<sup>33</sup>, como se pode verificar a partir do exemplo na figura 9. Todavia, destacam-se duas matérias que relatam projetos que indicam futuras alterações no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental de Porto Alegre: a matéria *Projeto prevê arranha-céu de 256 metros para o Quarto Distrito* (VARGAS, 2015) traça especulações quanto a mudanças no PDDUA baseadas em estudo elaborado como trabalho final de graduação do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Ritter dos Reis (Uniritter) e a matéria *Revitalização do 4º Distrito prevê desapropriações em cinco bairros* (MONTEIRO, 2016) anuncia a desapropriação de áreas privadas para a implantação de equipamentos urbanos e de habitação de

---

<sup>32</sup> Lide (tradução da palavra inglesa *lead*) é nome dado ao primeiro parágrafo do texto jornalístico, onde são condensadas as informações mais relevantes do fato relatado. O lide noticioso procura responder as perguntas: quem?, como?, quando?, onde? e por que? Mas o lide também pode ser não factual utilizando-se de outros recursos formais. (SQUARSIS e SALVADOR, 2009)

<sup>33</sup> A proposta de construção do complexo da Arena do Grêmio se respaldou na possibilidade de Porto Alegre candidatar-se como sede para a realização de jogos da Copa do Mundo de Futebol do ano de 2014, quando o Brasil sediou o megaevento promovido pela *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA). A proposta da construção da arena no bairro Humaitá em detrimento da readequação do Estádio Olímpico, antigo estádio do Grêmio Football Clube localizado no bairro Azenha da capital, aos padrões de exigência da FIFA, tal como se deu com o Estádio Beira-Rio do Sport Clube Internacional, foi considerada bastante polêmica. Para maior aprofundamento sobre as tramitações envolvendo empreendedores urbanos, construtoras, autoridades políticas e membros do conselho do Grêmio Football Clube, aconselha-se a leitura de Oliveira (2013).

interesse social (HIS) diante das propostas urbanísticas do Masterplan elaborado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

**Proprietários tentam vender casas a preços exorbitantes no bairro Humaitá**  
Moradias pobres estão cotadas em até R\$ 400 mil por seus proprietários, um valor que mesmo as imobiliárias acham demasiado.

**Arena do Grêmio promete dar outra cara ao Humaitá e a outros bairros da zona norte de Porto Alegre**  
Entrada da cidade

**Projeto dá cara nova a bairros da zona norte de Porto Alegre**  
Prefeitura quer ampliar programa de construção e regularização de moradias

**O novo traçado do Humaitá: veja como ficará o entorno da Arena**  
Obras prometem melhorar o fluxo de veículos nas cercanias do estádio

**Projeto prevê arranha-céu de 256 metros para o Quarto Distrito**  
Arquiteto apresentou projeto acadêmico com torre de 256 metros à Secretaria de Urbanismo na semana passada

**Moradores do bairro Humaitá, na Capital, celebram valorização imobiliária**  
Expectativa  
Por outro lado, trânsito e movimento na região preocupam as pessoas que residem no local

**Condomínio terá investimento de R\$ 140 milhões**  
Zona Norte da Capital  
Três residências projetadas pela OAS ficam ao lado da Arena do Grêmio, no bairro Humaitá

**Grêmio pede ajuda ao Governo Estadual para revitalizar o bairro Humaitá**  
Acendedor da Arena  
Presidente Fábio Koff esteve no gabinete do governador Tarso Genro na manhã desta quarta

**Humaitá: o bairro do futuro em Porto Alegre**  
Nova casa  
Mercado imobiliário projeta investimentos de mais de R\$ 1 bilhão na região

**Revitalização do 4º Distrito prevê desapropriações em cinco bairros**  
Zona Norte  
Elaborado pelo Núcleo de Tecnologias Urbanas da UFRGS, plano prevê o incentivo à cessão de até 25% dos 594 hectares na zona norte da Capital

Figura 9: Narrativas mercado imobiliário. Fonte: elaboração minha a partir de ZH Digital.

Considera-se a análise destas matérias como de grande relevância para a área do planejamento urbano, mas, por não abrangerem ou não estarem vinculadas ao discurso de desenvolvimento da economia criativa e da inovação econômica e socioespacial, as matérias foram descartadas do *corpus* analítico. Todavia, as informações contidas nas matérias, que apontam para uma transformação do perfil do bairro Humaitá de um local de ocupações irregulares, com falta de saneamento e violento para um local de acelerada valorização imobiliária, impulsionada em função da implantação ou da previsão de implantação de novos empreendimentos imobiliários para a área, serviu também de embasamento para a elaboração das conclusões referentes às análises operadas por este estudo.

É importante salientar que, geograficamente, entre os bairros que compõem o IV Distrito, o bairro Humaitá, onde se construiu a Arena do Grêmio, é o bairro mais afastado do centro histórico e das áreas de maior valor imobiliário da cidade, como se pôde verificar na figura 10 e na tabela 1 que consta no capítulo 2 deste estudo. A construção de empreendimentos como complexos esportivos, complexos culturais ou *shoppings centers* em áreas pouco ou não urbanizadas tem sido utilizada como

estratégia pelos empreendedores urbanos para alavancar dinâmicas ou vetores de valorização imobiliária (HARVEY, 2005 [2001]).



Figura 10: Localização dos bairros. Fonte: elaboração minha.

Como o *corpus* resultante, composto por 86 matérias jornalísticas, ainda estava demasiadamente extensivo para os objetivos de análise em maior profundidade, foi necessário criar critérios mais refinados para a filtragem das matérias jornalísticas. Para isso, tomou-se a abordagem da narrativa efetuada por Ricoeur (1994 [1983]) como pressuposto para a definição de critérios para a seleção das matérias jornalísticas, a partir das categorias: I) intriga; II) personagem; III) espaço e IV) tempo. Portanto, foram definidas quatro categorias de filtragem relacionadas aos elementos que compõem as narrativas, do que resultou o seguinte esquema de estruturação:



Figura 11: Definição de categorias. Fonte: Elaboração minha.

As categorias acionadas para a seleção das matérias jornalísticas deveriam permitir a identificação de elementos conforme descrito abaixo, sendo que as categorias

*personagem, espaço e tempo* deveriam estar subordinadas ou relacionadas à definição inicial da *intriga*.

- *Intriga*: economia criativa em Porto Alegre/RS;
- *Personagem*: profissionais da economia criativa, promotores do discurso da economia ou das atividades criativas;
- *Espaço*: atividades criativas localizáveis, relatos sobre o espaço;
- *Tempo*: acontecimentos presentes, perspectivas para o futuro, reminiscências do passado.

As 25 matérias jornalísticas que não se enquadraram nas categorias estabelecidas foram excluídas do *corpus* de análise e, para efeito de elucidação, estão listadas no anexo I.

Com a realização deste procedimento, chegou-se a um total de 61 matérias jornalísticas, sendo 13 selecionadas a partir da categoria *intriga*, 05 a partir da categoria *tempo*, 27 a partir da categoria *espaço* e 16 a partir da categoria *personagem*. Tal procedimento passou a permitir uma maior clareza sobre o *corpus* que se estava delimitando e começou a dar indícios sobre as matérias mais significativas para o fenômeno estudado. No entanto, o *corpus* resultante ainda era excessivamente extenso para as análises em profundidade e foi necessário criar subcategorias dentro das categorias elencadas para a classificação das matérias jornalísticas.

Assim, para cada uma das categorias, criou-se subcategorias próprias, tomando cuidado para que fossem mais adequadas ao elemento da narrativa ao qual a categoria se remete e, também, adequadas aos tipos de matérias encontrados. A categoria *intriga* foi subcategorizada em episódica e configuracional; a categoria *personagem* foi subdividida em indivíduos e entidades coletivas; a categoria *espaço* dividida em IV Distrito e outras áreas da cidade; e, por fim, a categoria *tempo* foi dividida nos três tempos do presente, conforme definição agostiniana (*apud* RICOEUR, 1994 [1983]): presente das coisas passadas, presente das coisas presentes e presente das coisas



futuras. Observa-se que, para as subcategorias criadas para o espaço, foi necessário, ainda, aplicar um segundo critério de filtragem composto por: I) espaço público e II) espaço privado. As subcategorias criadas filtraram as matérias conforme critérios que seguem:

- Entidades coletivas: secretarias ou órgãos governamentais, associações coletivas, instituições públicas ou privadas, empresas ou grupos empresariais;
- Indivíduos: sujeito individuado (uma posição de onde se lê, interpreta e age sobre o mundo);
- IV Distrito: atividades criativas, efêmeras ou permanentes localizadas na área do IV Distrito;
- Outras áreas da cidade: atividades criativas, efêmeras ou permanentes localizadas nas demais áreas de Porto Alegre;
- Presente das coisas passadas: narrativa começada em situação presente com volta ao passado com fins explicativos;
- Presente das coisas presentes: narrativa que permanece no próprio tempo da narrativa;
- Presente das coisas futuras: narrativa que lança projeções para o futuro.

Como resultando, chegou-se à seguinte síntese esquemática das categorias e das subcategorias de filtragem:

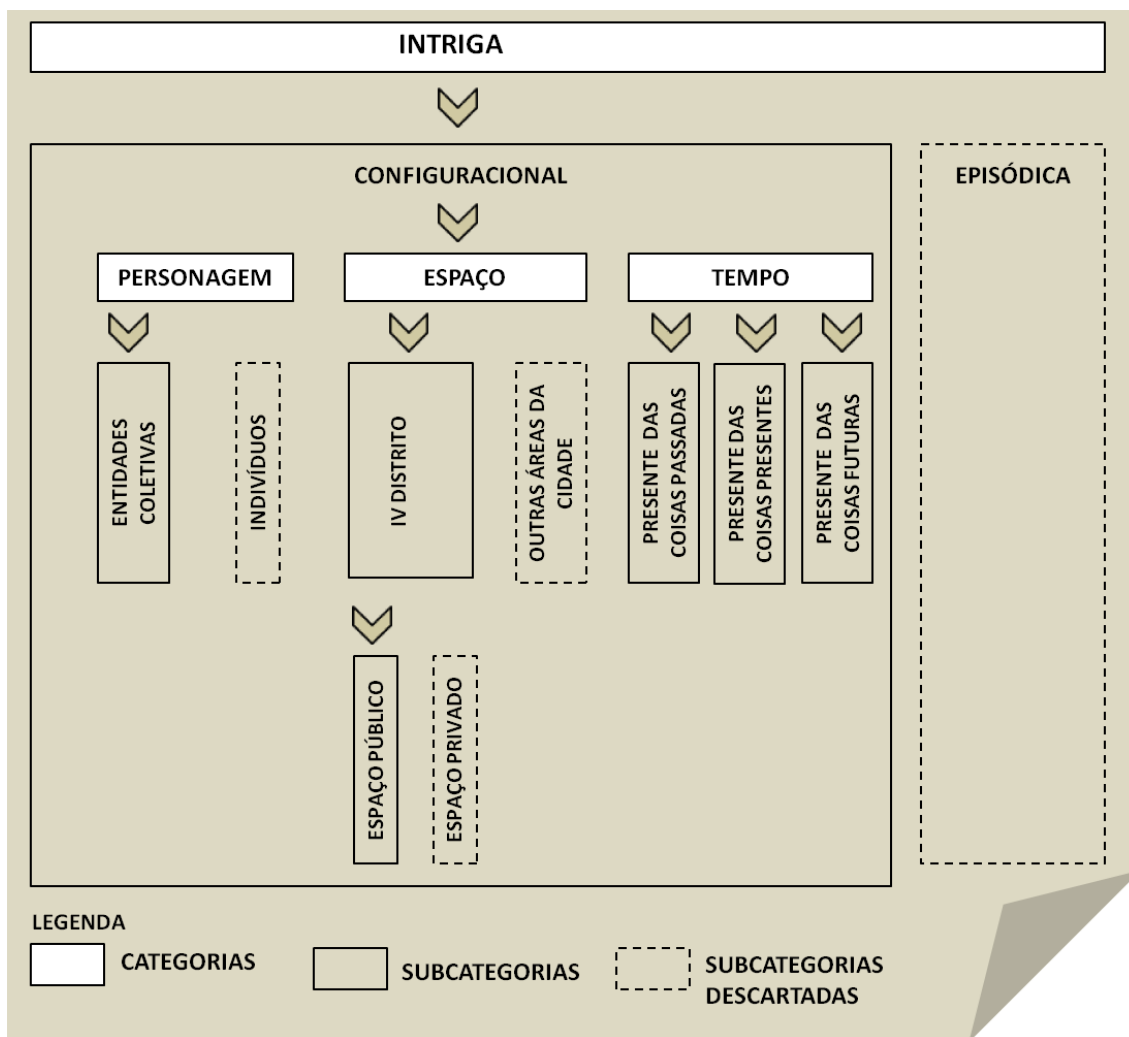


Figura 12: Definição dos critérios de filtragem. Fonte: Elaboração minha.

Após este procedimento de filtragem, optou-se pela seleção das matérias que, em termos de *intriga*, indicavam uma narrativa com intriga configuracional, em que desde a manchete ou do lide da matéria, observava-se uma relação entre economia criativa e crescimento ou desenvolvimento econômico, apresentando ainda, indícios de encadeamento causal, sendo excluídas, portanto, aquelas matérias de caráter episódico, que relatavam eventos em que a economia criativa seria debatida, em que o encadeamento entre as matérias não era tão perceptível. No que se refere à categoria *personagem*, optou-se pela utilização daquelas matérias que relatavam ações realizadas por entidades coletivas em oposição àquelas com forte componente de individuação, relatando fatos sobre algum ator exemplarmente destacado da sociedade pela narrativa jornalística. Com relação à de *espaço*, optou-se pelo conjunto de matérias que tinham o IV Distrito como pano de fundo dos relatos e, ainda assim,

foi necessário criar mais um critério de filtragem. Algumas matérias selecionadas pela categoria *espaço* relatam especializações permanentes de atividades criativas, mas a ampla maioria das matérias sobre o IV Distrito tratavam de eventos espacial e temporalmente delimitados, de modo que, para não delimitar a categoria a algumas poucas unidades de matérias jornalísticas, pela exclusão das matérias de eventos episódicos, dentre as matérias que relatavam eventos, optou-se pela distinção entre aqueles ocorridos em espaços públicos, que oferecem maior possibilidade de aproximação entre a cidade e a sociedade, constituindo-se como um elemento fundamental para a instauração de espacialidades pela apropriação do espaço público, em oposição aos eventos ocorridos em espaços privados, que foram excluídos do *corpus* de análise. As matérias que foram excluídas a partir da aplicação dos filtros das subcategorias podem ser visualizadas na figura 13.

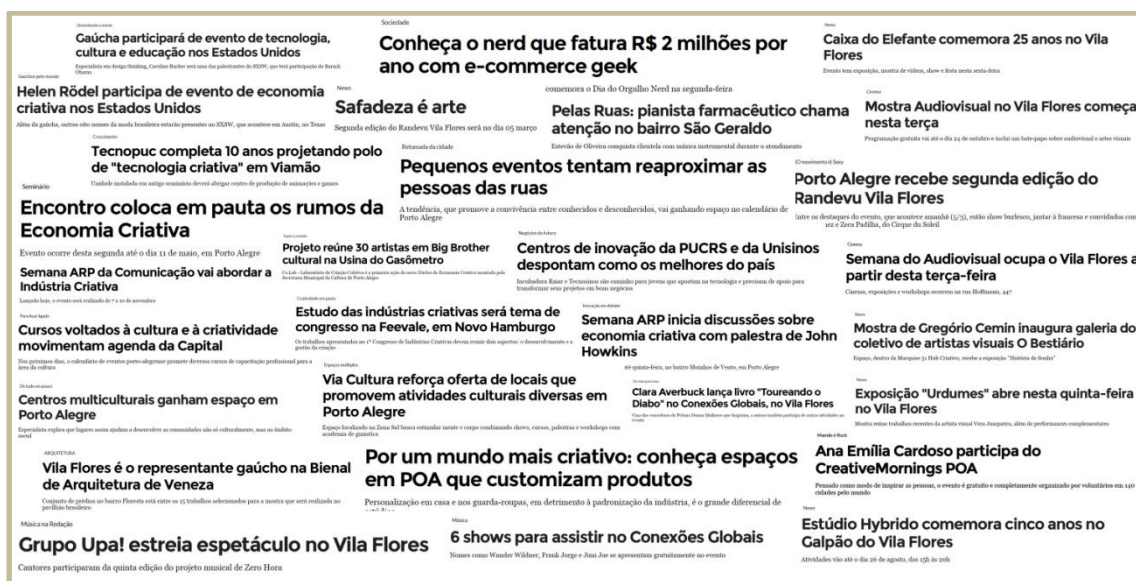
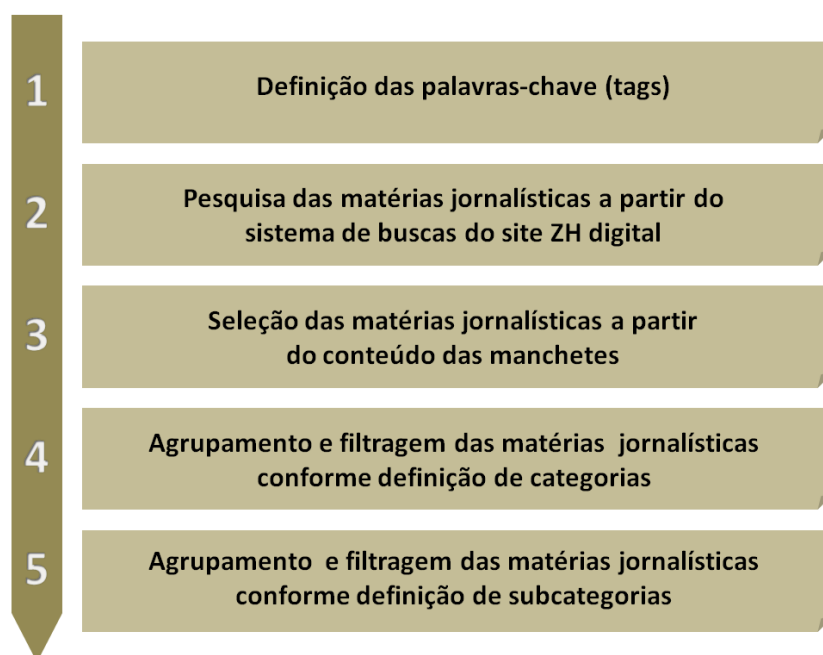


Figura 13: Narrativas descartadas pela filtragem das subcategorias. Fonte: Elaboração minha.

De qualquer forma, entende-se que a localização dos espaços privados onde ocorrem atividades criativas também é uma informação relevante para este estudo e pode ser acionado para cartografar os espaços criativos presentes nas narrativas. Todavia, tais matérias não foram tomadas como parte da narrativa da espacialidade criativa do IV Distrito porque os espaços encontrados através destas matérias são recorrentemente mencionados por outras matérias que permanecem no *corpus* de análise. Em relação à categoria *tempo*, embora se tenha criado subcategorias visando à filtragem, optou-se

pela utilização de todo o conjunto de matérias que compõe a categoria, uma vez que não foi possível estabelecer maior relevância de uma categoria em detrimento da outra, devido a sua forte inter-relação com a atividade narrativa e com o aspecto configurante da intriga. Abaixo, apresenta-se o quadro síntese com a sequência de procedimentos utilizados até aqui para delimitação do *corpus* de análise.



Quadro 4: Procedimentos de seleção das matérias jornalísticas Fonte: Elaboração minha.

É importante assinalar que, com a realização da análise, as matérias poderão ser identificadas como mais próximas a uma outra categoria senão àquela a qual foi relacionada inicialmente pelos critérios de filtragem. Destaca-se que as categorias de classificação foram criadas visando à facilitação da manipulação dos dados encontrados, mas elas devem ser compreendidas como pertencentes a uma única narrativa solidária sobre a espacialidade criativa, o que deverá ser verificado no encadeamento temático das matérias isoladas resultante das análises aqui empreendidas. Além disso, o encadeamento existente entre as unidades de matérias jornalísticas pode ser verificado, também, em alguns casos, através dos *links* diretos inseridos pelo jornalista-narrador no corpo de texto das matérias jornalísticas, nos quais uma matéria dá acesso a outra com fins explicativos ou de continuidade do assunto abordado.

Aplicados os critérios de seleção das matérias jornalísticas conforme explicitado neste item, chegou-se ao *corpus* de análise com o total de 32 matérias. Para efeito de comparação do *corpus* selecionado, o gráfico 1 apresenta a ocorrência de matérias jornalísticas por ano, considerando-se o *corpus* selecionado antes da aplicação dos critérios de seleção e filtragem.

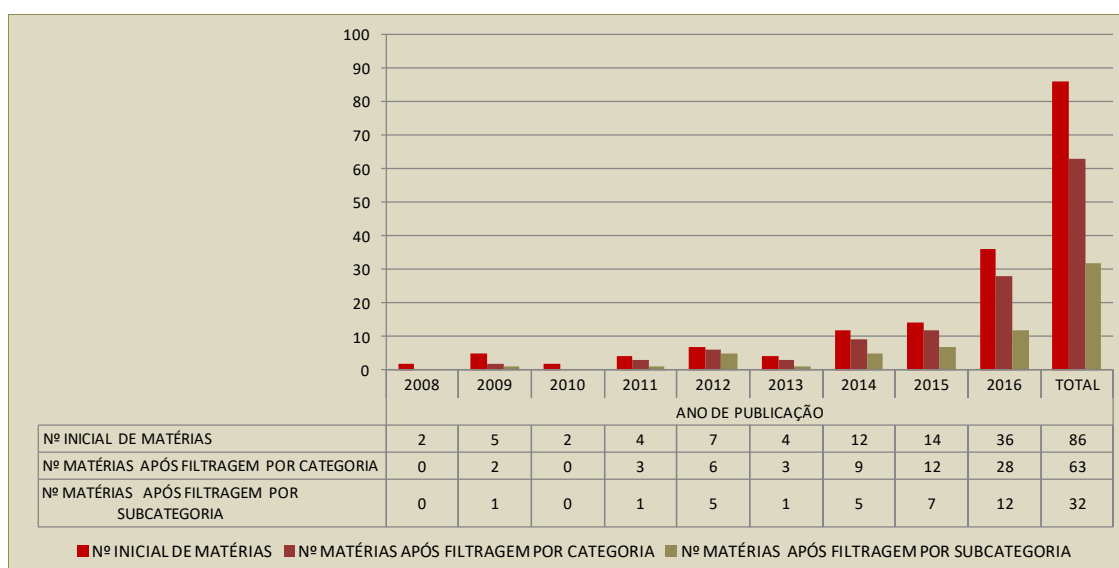


Gráfico 1: Número de matérias por etapa de filtragem final e por ano. Fonte: Elaboração minha.

Observa-se, a partir do gráfico 1, que o ano de 2012 teve pouca redução entre o número inicial e o número final de matérias selecionadas, demonstrando que boa parte das publicações refere-se às problemáticas elencadas por este estudo, possivelmente constituindo a intriga da narrativa, e que, entre os anos de 2014 e 2016, as maiores reduções no número de matérias se deu a partir da aplicação da filtragem pelas subcategorias, possivelmente significando que a intriga que se constitui em anos precedentes se encontra, de alguma forma, já estabelecida.

### 3.3 DESCREVENDO E ANALISANDO A NARRATIVA DE UMA ESPACIALIDADE

Para sistematizar a operacionalização das descrições e análises das matérias, cada unidade de matéria recebeu um código de identificação, em números corridos,

acompanhado da sigla ZH, conforme ordenamento cronológico de publicação.<sup>34</sup> A matéria mais antiga do *corpus* selecionado foi publicada no ano de 2009, recebendo o código ZH-01, e a matéria mais recente foi publicada na segunda semana do mês de dezembro do ano de 2016, recebendo o código ZH-32.

Para auxiliar a identificação das matérias de que tratam as descrições e análises, foi elaborado esquema de apresentação de seus principais elementos identificadores, conforme demonstrado com a figura 14, na qual se destacam o título (manchete), o subtítulo e o momento de publicação das matérias. A estas informações, acrescentou-se, também, o código identificador atribuído a cada uma das matérias.

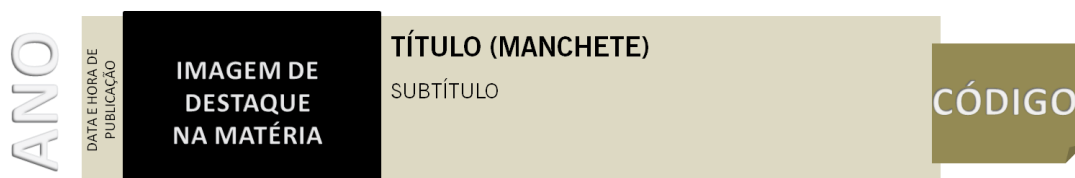


Figura 14: Esquema de apresentação elementos das matérias jornalísticas. Fonte: Elaboração minha.

As matérias foram agrupadas em três conjuntos conforme os anos de publicação. O primeiro conjunto de matérias analisado contempla as publicações ocorridas entre os anos de 2009 e 2013, estando distribuídas ao longo de quatro anos dos oito contemplados pelas pesquisas de dados. O conjunto é formado pelas matérias de código ZH-01 até ZH-08. Nesta sequência de matérias que se encerra no ano de criação do Comitê de Economia Criativa, que elaborou o Plano Municipal de Economia Criativa (INOVAPOA, 2014), prevalecem os relatos sobre as questões econômicas e sobre as bases legislativas e dos acordos de cooperação necessários para o fomento da economia criativa. O segundo conjunto de matérias analisado contempla as publicações ocorridas entre os anos de 2014 e de 2015 e é formado por 12 matérias que receberam os códigos de ZH-09 até ZH-20. Neste conjunto de matérias, que se encerra no mesmo ano e período de aprovação do PLCE 022/2015, a exploração entre economia criativa e a espacialidade criativa atinge um nível máximo dentro das matérias analisadas. O último conjunto analisado é composto por 12 matérias

<sup>34</sup> A listagem das matérias componentes do *corpus* de análise com seus respectivos códigos de identificação podem ser verificadas no anexo II.

publicadas no ano de 2016 e receberam os códigos de ZH-21 até ZH-32; neste conjunto, além de algumas especializações da economia criativa, verifica-se um peso maior das especulações sobre o futuro diante do cenário de crise econômica e política do país.

No intervalo temporal compreendido entre as publicações de ZH-01 e ZH-32, verifica-se uma modificação na estrutura formal das matérias jornalísticas, que passam a conter no corpo do texto *links* de direcionamento e acesso a outras matérias com temáticas relacionadas. Observa-se que alguns destes *links* presentes nas matérias da versão digital do jornal dão acesso a conteúdos que na versão impressa estão condensadas em uma única matéria. O que ocorre é que, por vezes, o conteúdo da matéria impressa é subdividido em unidades distintas para ser adequado ao formato da versão digital e suas partes são vinculadas pelos *links* e publicadas praticamente em simultâneo na versão digital, como exemplificado na figura 15.

**Empreendedorismo**

## Porto Alegre está no mapa da Economia Criativa

Pesquisa da Fecomércio-SP aponta a Capital como a segunda mais criativa do país. São Paulo ficou com o primeiro lugar

Por: **Luisa Martins**  
 © 17/04/2015 - 06h04min

Compartilhar [f](#) [t](#) [g+](#) [e](#)

---

**A** Entenda o que é economia criativa  
**B** Prefeitura quer identificar polos de economia criativa em Porto Alegre

**Sector em crescimento**

## Prefeitura quer identificar polos de economia criativa em Porto Alegre

Gabinete de Inovação e Tecnologia mapeia potencial de regiões empreendedoras da Capital

Por: **Luisa Martins**  
 © 17/04/2015 - 06h05min

Compartilhar [f](#) [t](#) [g+](#) [e](#)

---

**A** Porto Alegre está no mapa da Economia Criativa  
**B** Entenda o que é economia criativa

**LEGENDA**

**A** DATA E HORA DE PUBLICAÇÃO DA MATÉRIA      **B** LINK DE DIRECIONAMENTO

Figura 15: Links de direcionamento entre matérias jornalísticas. Fonte: Elaboração minha.

A ocorrência de publicação das matérias selecionadas torna-se mais numerosa nos últimos dois anos, com destaque para o ano de 2016, que apresentou 12 matérias jornalísticas, número muito superior à média de publicações selecionadas dos anos precedentes.



## 3.3.1 PUBLICAÇÕES ENTRE 2009 E 2013



Figura 16: ZH-01 e ZH-08. Fonte: Elaboração minha a partir de ZERO HORA (2009) e ZERO HORA (2013).

ZH-01, publicada no ano de 2009, ainda sob a gestão de Yeda Crusius (2007-2010), do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), no governo estadual, anuncia a assinatura de decreto que regulamenta a Lei de Inovação e o Programa Pró-Inovação/RS. O objetivo da iniciativa do Estado seria, segundo a matéria, a concessão de incentivos financeiros e fiscais para empresas e para pesquisas científicas e tecnológicas que resultassem em novos produtos. Por outro lado, ZH-08, já durante a gestão de Tarso Genro (2011-2014), do Partido dos Trabalhadores (PT), trata do anúncio de lançamento de editais da Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (SCIT) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul (Fapergs), que destinariam recursos para inovação, tendo como objetivo o fomento ao desenvolvimento do Estado através de “polos e parques tecnológicos, incubadoras, redes de universidades-empresas e indústria criativa” (ZERO HORA, 2013). ZH-01 e ZH-08 seguem estruturas de redação semelhantes: ambas foram redigidas com predomínio de estratégias de objetivação, os textos de maneira geral são concisos e se dedicam à descrição fática dos eventos relatados. ZH-01 fornece alguns detalhes sobre a lei de incentivo à inovação e seus dispositivos, enquanto que ZH-08 apresenta detalhes dos editais de destinação de recursos à inovação. A plausibilidade das matérias é conferida desde seus lides, que relatam precisamente o momento do ato de assinatura da lei por Yeda Crusius, em ZH-01, e de lançamento dos editais por Tarso Genro, em ZH-08. A narrativa de ZH-01 é concluída com uma declaração do Secretário da Fazenda, autoridade política, que revela as intenções do

Estado com a assinatura da lei: “fornecer um mecanismo para que empresas inovadoras do mundo inteiro coloquem em seu mapa estratégico o Rio Grande do Sul” (ZERO HORA, 2009). Em ZH-08 a autoridade política aparece na figura do titular da Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (SCIT). A confiabilidade aos fatos relatados pode ser depreendida, em ZH-01, a partir das formas que, segundo a matéria, as empresas deverão operar: “terão de mostrar crescimentos anuais relevantes, empregar em seus quadros doutores, pós-doutores e bacharéis, ter pesquisa e desenvolvimento e adquirir partes dos produtos gaúchos” (ibid.) e, em ZH-08, pelo detalhamento da origem e dos montantes do recurso destinados para cada um dos programas contemplados pelos editais. Através dos recursos textuais que não oferecem maiores detalhamentos quantitativos, ZH-01 dialoga com dois tipos distintos de leitores: leitores interessados pelos aspectos econômicos e os leitores interessados pelos aspectos sociais, o que não se evidencia na composição textual de ZH-08, que se dedica mais à informação de quantitativos econômicos. A estratégia de subjetivação em ambas as matérias fica restrita ao tom entusiasta e superlativo contido nas declarações: “Rio Grande do Sul é pioneiro neste tipo de lei” (ZERO HORA, 2009) e “empresas inovadoras do mundo inteiro” (ibid.), em ZH-01, do secretário da fazenda e em “o lançamento dos editais marca *uma grande virada* do Rio Grande do Sul” (ZERO HORA, 2013 - grifos do autor) e “Esses 89 milhões são o primeiro grande investimento que faremos este ano” (ibid.), em ZH-08, em declaração do titular da SCIT. Desta forma, ZH-01 e ZH-08 apresentam o Estado do Rio Grande do Sul como um importante personagem atuando para a constituição da intriga da narrativa da economia criativa, podendo ser classificadas na categoria *personagem*.



Figura 17: ZH-02. Fonte: Elaboração minha a partir de KASTENER (2011).

Em ZH-02, o foco da informação recai sobre o papel da criatividade, do talento e da cultura para o desenvolvimento da economia, bem como da relação entre a

criatividade e a inovação no mundo dos negócios empresariais. Um debate que se estabelece em evento promovido pela Associação Rio-grandense de Propaganda (ARP). Não há, ainda, uma clara preocupação com a delimitação do conceito de economia criativa. Identifica-se, em ZH-02, a combinação de subjetivação com estratégia de objetivação na colocação do que pode ser entendido como a metanarrativa da matéria jornalística, uma narrativa que estabelece um fundo moral, demarcando um posicionamento ideológico, ligado a um *ethos* do empreendedorismo: “a tecnologia impulsiona a capacidade de inovação das pessoas. Ninguém precisa de uma grande estrutura de empresa para começar um negócio. As ideias nascem no quarto de casa, aponta Souza” (KASTNER, 2011). Através de depoimento atribuído a Santos, diretor da Faculdade de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), instituição de grande reconhecimento no meio publicitário, opera-se a subjetivação da ideia de que qualquer pessoa está apta a empreender, subjetivação esta que se ancora na confiabilidade dada por uma autoridade de saber técnico. No entanto, o depoimento não foi transcrito em citação direta, mas é relatado em terceira pessoa pelo jornalista-narrador. Em ZH-02, não há referencialidade temporal precisa e a narrativa permanece no tempo presente, da mesma forma que está ausente a referencialidade espacial, embora haja uma concepção idealizada das condições sob as quais a criatividade e o talento poderiam gerar desenvolvimento, como em “profissionais que vivem de ideias precisam de troca de referências e *ambiente inspirador* para produzir” (KASTNER, 2011 - grifo meu), que remetem a características necessárias que devem ser imputadas ao espaço. Anuncia-se, assim, tratativas para a conformação da intriga da narrativa a partir de debate promovido pela ARP, podendo ser classificada na categoria *personagem*. ZH-02 apresenta, também, uma forte vinculação com a metanarrativa do empreendedorismo.



Figura 18: ZH-02. Fonte: Elaboração minha a partir de KASTENER (2011).

Através da apresentação de dados e indicadores provenientes de estudos elaborados pela Fecomércio-SP e pela Firjan-RJ sobre os setores criativos no Brasil, ZH-03 informa que Porto Alegre é a segunda cidade mais criativa do Brasil, com “um ambiente que alia indicadores econômicos e sociais positivos” (COLUSSI, 2012b). A matéria traz, também, um exemplo de empreendedorismo local, no ramo da moda, em que o negócio iniciado em uma escala de produção que tinha como consumidoras apenas as amigas da empresária alcançou o status de grife de luxo no prazo de cinco anos. No que tange à análise das estratégias comunicacionais utilizadas nas matérias do primeiro conjunto analisado, uma novidade em termos de estratégia de objetivação é introduzida em ZH-03 a partir da utilização de infográficos. Em ZH-03, o infográfico é elaborado com dados da Fecomércio-SP e da Firjan-RJ e seu acesso é dado através de um *link* de direcionamento sob os dizeres: “Saiba mais: Confira o que apontam as pesquisas” (ibid.). O infográfico é uma síntese que congrega o conceito da economia criativa, juntamente às estatísticas de desempenho econômico dos principais segmentos criativos do Rio Grande do Sul e com o ranking das cidades criativas do Brasil dado pelo índice elaborado pela Fecomércio-SP. Desta forma, objetivamente, economia criativa e cidades criativas aparecem pela primeira vez, dentro das análises aqui empreendidas, claramente colocadas como pertencentes ao mesmo quadro, conforme a figura 19:

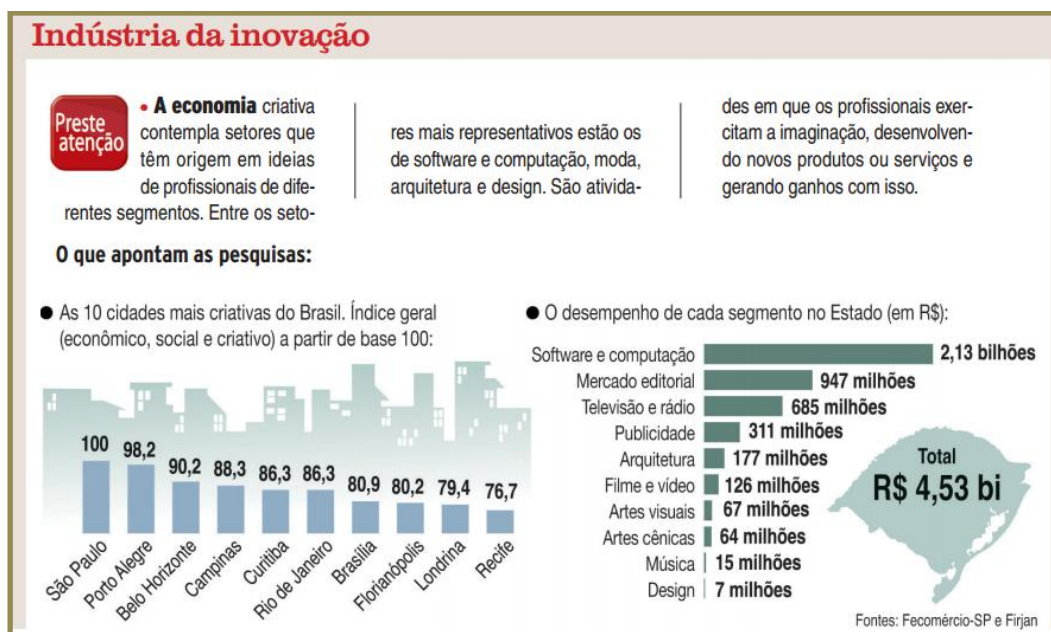


Figura 19: Infográfico de ZH-03. Fonte: Captura de tela site ZH Digital.

Verifica-se, em ZH-03, o predomínio de estratégias de objetivação, mas não se pode afirmar que as estratégias de subjetivação estejam totalmente ausentes. O conteúdo da matéria é como um todo apresentado de uma forma neutralizada; até mesmo as citações, diretas ou indiretas, são constituídas por um caráter basicamente elucidativo e informativo, sem que haja uma sobrecarga na utilização de figuras de linguagem ou em efeitos de sentido poético ou simbólico. A narrativa transcorre de forma bastante pragmática. Ainda, é através do relato do *case* de uma grife de moda local que a subjetivação se faz presente, conferindo um grau de humanização ao texto que se opõe ao estilo de texto enxuto referenciado em dados das pesquisas citadas. A narrativa permanece no tempo presente e o personagem da matéria é individualizado e secundário; no entanto, é a partir de sua experiência que provém a metanarrativa do empreendedorismo. Em ZH-03, existe uma referência à especialização dentro do território administrativo de Porto Alegre, que é dada pela localização da grife de moda, no bairro Moinhos de Vento, bairro adjacente ao IV Distrito. Ainda, verifica-se um peso maior da matéria na busca pela instauração da intriga da narrativa, a partir das pesquisas elaboradas pelos personagens Fecomércio-SP e Firjan-RJ, classificando-se na categoria *personagem*. A instauração da intriga é efetuada pela combinação de estratégias de objetivação, com maior ênfase, e de subjetivação em situações pontuais.



Figura 20: ZH-04. Fonte: Elaboração minha a partir de ZERO HORA (2012).

ZH-04 relata a assinatura de convênio entre a ESPM-Sul e a Prefeitura Municipal de Porto Alegre para a implantação da primeira incubadora brasileira de empresas da indústria criativa em imóvel cedido à instituição pela prefeitura. A infraestrutura da incubadora deverá comportar 50 empresas relacionadas às

atividades de publicidade, arquitetura, artes, design gráfico e de produto, moda, gastronomia, produção de áudio e vídeo, software e aplicativos para dispositivos móveis e fixos, jogos de computador e programas de automação e computação, geração de conteúdo para radio, TV e novas mídias. (ZERO HORA, 2012).

A seleção das empresas incubadas é feita, segundo a matéria, através da apresentação dos planos de negócio conforme padrões estabelecidos em edital. Embora se trate de uma prospecção, realizada a partir da assinatura de convênio entre a ESPM-Sul e a Prefeitura Municipal de Porto Alegre, os resultados esperados com a implantação da primeira incubadora de empresas de economia criativa do Brasil, relatados em ZH-04, estão mais próximos de uma vinculação com as estratégias de objetivação ao descrever a infraestrutura que será disponibilizada às empresas incubadas e ao revelar os números esperados em termos de geração de novos postos de trabalho diretos. A matéria é redigida no tempo presente e não há referência à especialização da incubadora. Pelo seu conteúdo, pode ser classificada na categoria *personagem*, sendo que o personagem que recebe maior destaque é a ESPM-SUL, ficando a PMPA relegada a uma importância secundária. Todavia, a associação de ambas confere credibilidade à narrativa, que aponta para o reforço da configuração da intriga.



Figura 21: ZH-05. Fonte: Elaboração minha a partir de MEDEIROS (2012).



A narrativa de ZH-05 transcorre em tempo presente, mas desde a manchete se verifica em ZH-05 o uso de prolepse<sup>35</sup>, recurso narrativo que permite ao narrador discorrer sobre algo não acontecido, uma previsão. Nesta matéria, a figura de linguagem é utilizada para anunciar a possível transformação de um casario antigo situado no bairro Floresta, construído em 1928 pelo arquiteto Joseph Lutzenberger, cuja precisão locacional, estratégia de objetivação da espacialização, é dada pela referência às ruas Hoffman e São Carlos e também por recurso imagético fotográfico da edificação localizada na esquina das duas ruas. Pela primeira vez, a narrativa transcorre sobre um elemento materialmente especializado, que é apresentado desde seu potencial de tornar-se local de passeio para a vizinhança, e como tendo utilização mista (habitação, comércio, serviço e sede de programas culturais). A matéria apresenta trechos de entrevista com o “empreendedor João Wallig” (MEDEIROS, 2012), que ainda não é apresentado como proprietário do imóvel, embora seja citado que o imóvel é uma “herança de família” (ibid.). Desta forma, ZH-05 se enquadra na categoria *espaço*, podendo ser enquadrada, também, na categoria *tempo*, uma vez que revela, através de um elemento espacial, indícios de uma temporalidade futura que se desenha com base na temporalidade do passado.



Figura 22: ZH-06 e ZH-07. Fonte: Elaboração minha a partir de FARINA (2012) e COLUSSI (2012a).

ZH-06, a partir das ideias concebidas por professores universitários estrangeiros, com “Espanhóis debatem” (FARINA, 2012), apresenta as vantagens da economia criativa para os negócios e para o desenvolvimento de países. Ao longo da matéria, aconselha-

<sup>35</sup> “Flashforward, na linguagem cinematográfica, ou prolepse, na linguagem literária, é todo movimento de antecipação, pelo discurso, de eventos cuja ocorrência na história é posterior ao presente da ação.” (MOTTA, 2013, p. 142).

se a revisão de marcos legais e de modelos de financiamentos para torná-los adequados aos empreendedores criativos. A matéria coloca a capital gaúcha, em virtude de suas atividades econômicas e núcleos urbanos de boa densidade, como forte candidata à competitividade no setor. Ao final, tece considerações sobre o cenário europeu, que, mesmo em meio à crise econômica, manteve bons resultados no setor da economia criativa. Nesta mesma direção, ao relatar a ocorrência de evento sobre inovação, ZH-07 aponta os caminhos para o desenvolvimento de modelos eficientes de estímulo à economia criativa, ora vinculando-a a modelos de economia solidária, e ora relacionando-a a uma forma sustentável de capitalismo pautado por tecnologia verde, voltado para as pessoas, como se depreende das citações atribuídas aos “palestrantes estrangeiros” (COLUSSI, 2012a) do evento, que trazem exemplos de práticas econômicas criativas de países europeus. ZH-06 e ZH-07 apresentam estratégias de subjetivação no lide da matéria; ZH-06 ao apelar para a reconhecida criatividade do povo brasileiro (FARINA, 2012), recorrendo, assim, ao ufanismo da identidade coletiva nacional, e ZH-07 ao relatar que a apresentação de “modelos eficientes para estimular economia criativa” (COLUSSI, 2012a) em evento de inovação ocorrido na Fiergs tenha se dado diante de uma plateia lotada, conduzindo a leitura, assim, a partir de um caráter espetacular atribuído ao evento. As estratégias de objetivação em ambas as matérias ficam por conta da reprodução das ideias ou das falas dos entrevistados, ou palestrantes, no caso de ZH-07. As narrativas transcorrem no tempo presente e não há referência a especializações da economia criativa, embora os locais onde os eventos ocorreram possam ser identificados. Nas matérias, transparecem as atuações do governo gaúcho, da Federação de Economia e Estatística (FEE) e do sistema S através da Fiergs, conformando-se ZH-06 e ZH-07, desta forma, como pertencentes à categoria *personagem*.

O quadro 5 fornece uma síntese das análises do primeiro conjunto de matérias, informando as categorias nas quais as matérias puderam ser classificadas e quais as estratégias comunicacionais utilizadas pelo jornalista-narrador para a transmissão dos relatos efetuados e configuração da intriga da narrativa.



CÓD.	CONFIGURAÇÃO DA INTRIGA						METANARRATIVA	
	PERSONAGEM		ESPAÇO		TEMPO		EMP.	I.S.P.
	OBJ.	SUB.	OBJ.	SUB.	OBJ.	SUB.		
ZH-01	x							
ZH-02	x						x	
ZH-03	x						x	
ZH-04	x							
ZH-05			x					
ZH-06	x							
ZH-07	x							
ZH-08	x							

**LEGENDA**

OBJ. ESTRATÉGIAS DE OBJETIVAÇÃO      EMP. EMPREENDEDORISMO  
SUB. ESTRATÉGIAS DE SUBJETIVAÇÃO      I.S.P. INEFICÁCIA DO SETOR PÚBLICO

Quadro 5: Classificação das matérias por categoria e utilização das estratégias comunicacionais. Fonte: Elaboração minha.

Todas as matérias do primeiro conjunto analisado foram classificadas nas categorias *personagem* e *espaço* e utilizam apenas estratégias de objetivação. ZH-02 e ZH-03 contêm a metanarrativa do empreendedorismo como pano de fundo para a narrativa efetuada pelo jornalista-narrador. A possível espacialização de uma atividade criativa relatada em ZH-05 ainda aparece como uma iniciativa embrionária e isolada. Os personagens de destaque são as instâncias de governo estadual e municipal, com a assinatura de lei e lançamento de editais, e a instituição privada de ensino superior ESPM-SUL, e, em segundo plano, a instância de governo municipal, através da formação de convênio com a ESPM-SUL. A ARP, a Fecomércio-SP, a Firjan-RJ, a FEE e o sistema S aparecem também como personagens promotores de debates ou discursos relacionados à economia criativa.

### 3.3.2 PUBLICAÇÕES ENTRE 2014 E 2015



Figura 23: ZH-09. Fonte: Elaboração minha a partir de ZERO HORA (2014).

ZH-09 relata o ocorrência do evento *Walking Gallery*, em Porto Alegre, que colocou *art walkers* brasileiros e espanhóis em ação sincronizada, na qual os participantes percorreram ruas do bairro Floresta – ruas que fazem parte do perímetro de circunscrição do Distrito Criativo<sup>36</sup>. Nota-se que, pela primeira vez nas matérias jornalísticas, faz-se referência a uma coletividade de artistas e empreendedores que teriam sido aproximados pela economia criativa. Na matéria, há uma fotografia de autoria de Jorge Piqué, coordenador do projeto Distrito Criativo, como forma de representação do evento. Estratégias de objetivação foram utilizadas para precisar a localização geográfica onde o evento envolvendo os personagens associados ocorreu, ao passo que as estratégias de subjetivação se revelam na miraculosa conexão simultânea entre personagens, artistas brasileiros e artistas de terras longínquas – espanhóis, sincronizados temporal e ideologicamente em uma prática que já fora experimentada e reproduzida em cidades globais como Londres, Buenos Aires e São Paulo. Por relatar um evento artístico posto em marcha por artistas e empreendedores locais associados ao projeto Distrito Criativo em ruas do bairro Floresta, ZH-09 pode ser classificada na categoria *personagem* e na categoria *espaço*.



Figura 24: ZH-10. Fonte: Elaboração minha a partir de BECK (2014).

ZH-10 relata que estudantes da Faculdade de Arquitetura da PUCRS terão disciplinas nas quais estudarão o IV Distrito para, assim, sugerirem intervenções urbanísticas para a área. A matéria apresenta uma narrativa humanitária, com depoimentos de professores e alunos propondo a qualificação do IV Distrito enquanto cidade para

<sup>36</sup> A área de ingerência do Distrito Criativo é dada pela localização dos estabelecimentos criativos que integram o projeto; os limites territoriais não são rigidamente definidos. O mapa com a localização dos estabelecimentos criativos e breve descrição do projeto pode ser visualizado no anexo III.

peças<sup>37</sup> e também a partir do conceito de acupuntura urbana<sup>38</sup>. Vantagens locais do IV Distrito são destacadas pelos entrevistados, como, por exemplo, a proximidade com bairros nobres e com o centro da cidade, além do destaque à sua associação com uma boa qualidade de vida; estes fatores, combinados, confeririam ao IV Distrito um enorme potencial apesar das deficiências que nele podem ser observadas. O lide de ZH-10 coloca o leitor diante de um conflito vivido pela sociedade: “As cidades imaginadas nas escolas de arquitetura nem sempre coincidem com a cidade real. Isto porque, durante a projeção, elas são idealizadas sem considerar as características já existentes” (BECK, 2014). Na sequência, o jornalista-narrador coloca as ações propostas pela Faculdade de Arquitetura da PUCRS em oposição a este estado de desvinculação da realidade que se repete nas escolas de arquitetura: “Contrariando esta lógica e buscando ajudar a reconstruir os bairros do IV Distrito (...)” (ibid.). A vinculação aos projetos de intervenção urbanística propostos com a economia criativa é efetuada de forma indireta a partir da narrativa em 3ª pessoa, que descreve as propostas feitas por Burmann: “Repensando o bairro, ele sugeriu (...) construir um museu escola de arte nos prédios ociosos” (BECK, 2014). Além disso, ZH-10 apresenta duas imagens com simulações gráficas das intervenções urbanísticas propostas pelo aluno da PUCRS, conforme se pode verificar na figura 25: uma da Av. Farrapos, com a nova proposta, e, a outra, interativa, mostrando o antes e o depois da Praça Florida, da Av. Farrapos e da Rua São Carlos a partir da subdivisão de um único enquadramento em duas partes iguais e complementares, e onde se destaca a proposta de bloqueio de trecho da Rua São Carlos ao trânsito de veículos, liberando-a para o trânsito de pedestres, e a transformação de um espaço de estacionamento em praça pública. Através dos dispositivos imagéticos são dadas as referências espaciais das intervenções, conformando, assim, estratégias objetivas de comunicação não apenas textual, mas também imagética.

---

<sup>37</sup> A expressão *cidade para pessoas* popularizou-se a partir da obra homônima do arquiteto dinamarquês Jan Gehl, publicada no ano de 2010, na qual o arquiteto defende melhora da qualidade de vida urbana através da reorientação do planejamento das cidades em favor de pedestres e ciclistas.

<sup>38</sup> A expressão *acupuntura urbana* foi popularizada pelo arquiteto Jaime Lerner. A ideia defendida é que através de intervenções pontuais no tecido urbano se possa reabilitar progressivamente a cidade.

Aplicação prática

## Faculdade de Arquitetura da PUCRS envolve alunos em ações no 4º Distrito, em Porto Alegre

Estudantes terão disciplinas para estudar os bairros da região, como o Floresta, e sugerir intervenções urbanísticas

Por: Matheus Beck  
10/04/2014 - 10h17min

Compartilhar



As cidades imaginadas nas escolas de arquitetura nem sempre coincidem com a cidade real. Isto porque, durante a projeção, elas são idealizadas sem considerar as características já existentes. Contrariando esta lógica e buscando ajudar a reconstruir os bairros do 4º Distrito, a Faculdade de Arquitetura da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) passará a incluir os temas debatidos pelas entidades da região em várias disciplinas do curso de Arquitetura e Urbanismo.

O estudante Lucas Burmann simulou uma Avenida Farrapos com mais espaço para pedestres e bicicletas  
Foto: Lucas Burmann / Divulgação

ANTES E DEPOIS - BAIRRO FLORESTA

Praça Florida      Avenida Farrapos      Rua São Carlos

Imagens: Lucas Burmann

RUA SÃO CARLOS  
Na Rua São Carlos, estacionamento próximo à Paróquia Santa Teresinha poderia se transformar em praça para integração de pedestres

Figura 25: ZH-10. Fonte: Montagem a partir de captura de tela do site ZH Digital

A narrativa de ZH-10 é concluída com uma sumária explicação sobre o IV Distrito, mesclando narrativa em primeira pessoa, com depoimentos diretos, e em terceira pessoa, com o que o narrador oferece uma referência espacial mais precisa, que permite a localização do IV Distrito na cidade a partir dos bairros que o compõem e que, segundo a matéria, são conectados por duas grandes vias (Av. Farrapos e Rua Voluntários da Pátria), conferindo destaque à sua proximidade com o centro e com o Rio Guaíba. Para anunciar intervenções urbanísticas na área do IV Distrito, o narrador utiliza-se de analepse<sup>39</sup>, ao discorrer sobre os investimentos em "infraestrutura, habitação e estrutura viária" já realizados, e prolepse, ao apontar para a previsão de construção das futuras estações do metrô de Porto Alegre na área do IV Distrito. ZH-10 pode ser classificada nas categorias *espaço*, *tempo* e *personagem*, uma vez que relata propostas de intervenção urbana, provenientes do âmbito institucional através da PUCRS, lançadas sobre projeções futuras e que poderão conferir nova espacialidade ao bairro Floresta.

<sup>39</sup> "Flashback na linguagem cinematográfica, ou analepse, na linguagem literária, é todo movimento temporal retrospectivo destinado a relatar eventos anteriores ao presente da ação, ou até anteriores ao seu início." (MOTTA, 2013, p. 142)



Figura 26: ZH-11. Fonte: *Elaboração minha a partir de TIEZE (2014).*

Em ZH-11, os problemas citados superficialmente em ZH-10 são tratados com maior ênfase. A primeira metade da matéria se destina a relatar os problemas da falta de iluminação do bairro Floresta e entorno e os problemas de segurança que estariam relacionados ao tráfico e à prostituição, inclusive infantil. Todavia, a matéria indica que ações do poder público, e de grupos de associação de moradores e empresários locais que “na contramão do abandono da região, resistem e trabalham” (TIEZE, 2014), estão sendo realizadas para a melhoria destas condições. Na segunda metade da narrativa, ZH-11 aponta ao leitor uma perspectiva de regeneração a partir de ações idealizadas pelo projeto Distrito Criativo. O mesmo recurso de conflito verificado no lide de ZH-10 é utilizado mais amplamente em ZH-11. Na primeira parte de ZH-11 é destacado o conflito de convivência existente entre moradores e travestis: “A associação<sup>40</sup> solicitou à Secretaria Municipal de Direitos Humanos medidas para que os travestis não circulem pelados pela região” (ibid.), o que teria resultado numa ação educativa realizada por meio da Secretaria Adjunta da Livre Orientação Sexual com apoio da Brigada Militar (ibid.). A segunda metade da matéria também se inicia a partir de uma ação de contraposição. As ações do projeto Distrito Criativo, que objetivam desenvolver a comunidade a partir da soma de três tipos de economia – “criativa (com ateliês e galerias de arte), do conhecimento (escolas e faculdades) e da experiência (gastronomia e hotelaria)” (ibid.) – e seriam compostas por artistas e empreendedores “dispostos a fazer atividades diferentes das propostas pelo poder público” (ibid.), são colocadas em oposição ao movimento de recolhimento dos moradores do floresta sob a falsa proteção proporcionada por muros, grades e venezianas.

A matéria apresenta, ainda, três imagens fotográficas, uma na primeira parte – fotografia noturna da Praça Florida esvaziada na qual prevalece a escuridão em

<sup>40</sup> Associação Cristóvão Colombo.

contraposição aos poucos elementos iluminados – e duas imagens na segunda parte da matéria, sendo a primeira uma fotografia diurna externa da esquina da edificação do Vila Flores, que é apresentado como um dos espaços culturais da área, e a segunda uma fotografia diurna do brechó de rua que acontece na Rua São Carlos. Quanto à descrição do Vila Flores, é recorrente a referência à sua localização (Rua São Carlos esquina com a Rua Hoffman) e à sua construção entre os anos de 1925 e 1928 “com projeto arquitetônico de Joseph Lutzenberger, pai do ambientalista José Lutzenberger” (ibid.). ZH-11 é encerrada com a informação de que “dentro do plano de revitalização da região, UrbsNova<sup>41</sup> conseguiu um desconto nos valores de venda e aluguel para quem quiser empreender de forma criativa” (ibid.), trazendo um exemplo dos valores para a compra do imóvel de mais de 2,5 mil m<sup>2</sup> de área construída, que abrigou a antiga boate Madrigal que, com desconto de R\$110 mil reais que poderá ser ofertado no caso do imóvel ser adquirido para a implantação de empreendimentos criativos, poderia ser adquirida pelo total de R\$5,39 milhões de reais<sup>42</sup>. Os descontos concedidos para empreendedores teriam a finalidade de “mudar a visão que o bairro passa, como zona de meretrício” (ibid.).

---

<sup>41</sup> Cf. URBSNOVA. Empresa que atua como uma Agência de Design Social, desenvolvendo iniciativas de inovação social para outras empresas, governos e organizações não governamentais. Possui atuação em Porto Alegre e em Barcelona e é capitaneada por Jorge Piqué, idealizador do Distrito Criativo de Porto Alegre.

<sup>42</sup> Em consulta ao site de Urbsnova, realizada em 17 de março de 2017, o imóvel está sendo anunciado pelo valor de R\$ 6.000.000,00, mas com desconto de R\$110.000,00 pode ser adquirido pelo total de R\$5.890.000,00.





Figura 27: Conjunto arquitetônico do Vila Flores Fonte: Tieze, 2014.

ZH-11 mescla estratégias de objetivação com estratégias de subjetivação. As estratégias de objetivação podem ser verificadas nas citações diretas de moradores e empresários e nas citações indiretas de secretarias e departamentos do governo municipal – nestas últimas conferindo referencialidade política –, ao mesmo tempo em que presta contas à sociedade das medidas que estão sendo tomadas para a melhoria das condições de insegurança do bairro Floresta, em grande parte por iniciativa de moradores e empresários locais. Está por trás das colocações efetuadas por ZH-11 a exigência de posicionamento e ações do setor público para a solução dos problemas atribuídos ao bairro. A subjetivação pode ser entendida pela contraposição das iniciativas que desejam nova vida ao bairro com as condições de degradação que estão sendo enfrentadas – contraposição que transparece, também, através dos recursos imagéticos utilizados pelo jornalista-narrador. A matéria pode ser classificada nas categorias *personagem*, com moradores e empresários reivindicando medidas da municipalidade, e também na categoria *espaço*, por operar uma substancialização do espaço do bairro Floresta através das situações experienciadas pelos personagens, seja diante das condições atuais, seja pelas condições desejadas pelos moradores e empresários locais.



Figura 28: ZH-12. Fonte: *Elaboração minha a partir de PIFFERO (2014).*

A linguagem de ZH-12 é poética e entusiasmada, contendo essencialmente estratégias de subjetivação. A diversidade de depoimentos de artistas diversos informam ao leitor que algo está em movimento, informam sobre um potencial artístico e cultural que estava em latência e que, agora, começa a ser despertado e reverbera pelo bairro Floresta. Este despertar ocorre a partir das ações propostas pelo projeto Distrito Criativo que, por meio de agência de Inovação Social que “mapeou galerias, ateliês, escritórios de design, arquitetura e publicidade” (PIFFERO, 2014), aumentou a interlocução dos artistas da região, assim fazendo com que a criatividade transbordasse dos interiores para as calçadas. A reportagem mescla relatos de ações pretéritas, ações para o futuro (eventos programados) e ações em andamento como o “renascimento do Vila Flores” (ibid.), por onde passa “a transformação da região em polo criativo” (ibid.) – o IV Distrito é retratado como um lugar de “memória viva” (ibid.). Neste ponto a narrativa remete-se ao passado, operando um movimento de analepse, que se ancora na historiografia oficial da região, fornecendo breve explicação sobre a formação da mesma, que passou pelos períodos de desenvolvimento industrial no início do século XX, com posterior esvaziamento a partir da migração das indústrias, deixando espaço para a ocupação por artistas e para a revitalização tal como ocorrera nas áreas industriais de cidades como Nova York. Depreende-se que o exemplo citado faz a narrativa ancorar-se nas premissas de vanguardismo e de lugar da cultura pós-moderna de que desfrutam cidades globais como Nova York. Como estratégia de objetivação, ZH-12 disponibiliza um mapa interativo da área, com a localização dos espaços culturais ou de trabalho dos artistas e empreendedores entrevistados e outros pontos comerciais ou turísticos da região. A narrativa em tempo presente faz pouco uso de estratégias de objetivação, que se limitam à informação da localização de empreendimentos culturais, na distinção de



tratamento que se confere aos entrevistados e na utilização da historiografia oficial da área como referência para a narrativa que se está construindo. ZH-12 pode ser classificada nas categorias *personagem*, *espaço* e *tempo*. Os personagens são os artistas associados com o Distrito Criativo e o Vila Flores, que tem uma dupla função dada pela sua espacialidade. Vila Flores em ZH-12 é personagem e espaço, e é principalmente através dele que as conexões da temporalidade do passado e do possível futuro do bairro floresta são relatadas no presente.



Figura 29: ZH-13. Fonte: Elaboração minha a partir de FELIN (2014).

ZH-13 é, talvez, a matéria jornalística mais representativa do segundo conjunto analisado para a narrativa da espacialidade criativa. Nela, o IV Distrito é dotado de personalidade, como é possível depreender da manchete da matéria: “Quarto distrito espera há pelo menos 30 anos por uma revitalização” (FELIN, 2014). Além disso, conforme se depreende do lide, a longa matéria se dedica a realizar uma contextualização da área, que foi “berço do progresso da Capital” (ibid.) e que, após meio século de *boom* industrial, foi abandonado pelas fábricas e “amargurou o afastamento gradativo da vida urbana - agravado por alagamentos, insegurança e prostituição” (ibid.), mas que, hoje, por iniciativa da sociedade civil e a contrapelo dos desacertos e desinteresse do poder público, espera sua transformação em um espaço público vibrante tal como se teria vivenciado no passado. Segundo a matéria, a revitalização do IV Distrito é um assunto recorrente no âmbito do planejamento, mas, no entanto, as opiniões divergentes sobre seu futuro atravancariam uma transformação. Observa-se que esta matéria é a que, dentre as matérias selecionadas, pela primeira vez apresenta *links* de direcionamento a outras matérias dentro do corpo do texto jornalístico. A partir de ZH-13, é permitido ao leitor acessar ZH-10 e ZH-12 e a sua narrativa apresenta forte conteúdo simbólico ao apelar para a memória do local com a revelação de histórias cotidianas e personagens do passado. A memória

também é acionada a partir de estratégias de objetivação, quando se opera a retomada dos principais acontecimentos históricos da área: desde o seu desenvolvimento industrial, em período no qual Porto Alegre colocou-se entre as três principais capitais do país; passando pelo abandono pelas fábricas, que teriam necessitado de espaços físicos maiores, o que já não seria comportado pelo IV Distrito e devido aos equívocos da legislação urbanística, que numa tentativa de manter as fábricas na área, instituiu-a como área industrial; e pela proposta não concretizada do Porto Alegre Tecnopole, que teria mexido com os ânimos da capital, mas que tivera como único resultado concreto o desenvolvimento do Tecnopuc, na PUCRS. Desta forma, o jornalista-narrador coloca a questão da falta de desenvolvimento do IV Distrito sob a ineficácia das esferas políticas. Arquitetos e urbanistas são acionados para tecerem pareceres sobre o IV Distrito. Destacam-se de ZH-13 as citações atribuídas aos presidentes do CAU-RS e do IAB-RS, conforme a figura 30, em que ambos parecem cobrar a formulação de planos urbanísticos mais específicos para a área. A forma como as citações foram intercaladas com a narrativa do jornalista coloca a questão da especulação imobiliária numa relação de consequência direta com a ausência de planos urbanísticos específicos.

A prefeitura planejou, demonstrou ter intenção de agir e iniciou obras de mobilidade. Mas ainda deve um plano urbanístico claro para o Quarto Distrito, cobram os presidentes do Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU-RS) e do Instituto dos Arquitetos (IAB-RS) do Estado.

– A partir do momento em que a prefeitura não apresenta um plano específico para a região, ela fica ao sabor dos interesses e precisa lidar caso a caso. Ai, às vezes, as obras são melhores para o investidor, às vezes melhores para a cidade – sustenta Roberto Py da Silveira, presidente do CAU-RS.

Para o presidente do IAB-RS, a falta de planos claros causa insegurança jurídica aos proprietários.

– Os investidores não sabem o que vai ocorrer naquela área. Assim, as grandes propriedades acabam funcionando como uma poupança da especulação imobiliária – avalia Tiago Holzmann da Silva.

Para ele, iniciativas como a da prefeitura de São Paulo, que atualizou o plano diretor colocando mecanismos jurídicos no texto da lei para lidar com imóveis ociosos na região central, interessam, inclusive, aos grandes empresários da construção civil, que veriam nisso uma forma de organizar investimentos. A avaliação geral é de que há ideias para planejar o futuro dos seis bairros. Falta execução.

Figura 30: Trecho matéria ZH-13. Fonte: Captura de tela Site ZH Digital.

Uma série de medidas urbanísticas positivas são apontadas na sequência da narrativa do espaço, tais como a construção do Conduto Álvaro Chaves; sua inclusão na revisão do PDDUA (2010) como “área de revitalização” (ibid.); a chegada da Arena do Grêmio, que teria trazido para a área investimentos em estrutura viária; a criação de uma incubadora no DC Navegantes<sup>43</sup> a partir de parceria entre o Inovapoa e o IPA<sup>44</sup>; e a contratação de uma consultoria, pela prefeitura, para revitalizar a área da Igreja dos Navegantes. A matéria ainda contribui para a produção de efeitos de consenso ao afirmar que “Urbanistas e arquitetos são unânimes: falta gente, vitalidade, troca e uso do espaço público” (ibid.). Dentre as matérias descritas até o momento, ZH-13 é também a que mais explora recursos imagéticos, utilizando-se de 12 fotografias fixas e 1 ficheiro interativo, disponibilizando 17 imagens de lugares, edificações, vida cotidiana, detalhes de componentes estéticos encontrados em edificações do IV

<sup>43</sup> Antigo Shopping Center.

<sup>44</sup> Instituto Porto Alegre.

Distrito<sup>45</sup>. O jogo entre as estratégias de subjetivação e de objetivação, principalmente a partir de referenciais históricos, é recorrente. Uma se subordina à outra tal como no fragmento: “O Quarto Distrito procura uma nova rota, já que nasceu de uma: o Caminho Novo” (ibid.). Desta forma, os acontecimentos históricos são utilizados para justificar ou relembrar a vocação da área como um vetor de desenvolvimento da cidade sempre atrelado à ideia de inovação, renovação. Três personagens com longo histórico de relação com o local são acionados para prestarem seus depoimentos sobre os tempos de apogeu do IV Distrito. A narrativa segue:

A Avenida Presidente Roosevelt, que já foi o grande centro de comércio e serviços do Quarto Distrito, permanece na era da decadência. De um modo geral, os comerciantes sonham com um tempo que não volta mais, quando a área pulsava e abrigava as grandes lojas da metade do século 20. (FELIN, 2014)

Wilma Lamp, comerciante, 90 anos, é quem, através de sua memória em citação direta, confere credibilidade à atmosfera pulsante outrora vivenciada pelo IV Distrito e que, hoje, contrasta com o abandono da área. Apesar dos seus 90 anos e das dificuldades enfrentadas pelos comerciantes do IV Distrito, ela mantém impecável o sobrado que abriga sua loja de tecidos.

Essa avenida<sup>46</sup> era bonita, as moças se arrumavam e desfilavam, faziam 'footing', paqueravam. No Carnaval era muita animação, isso aqui enchia de gente, uma beleza! Pena que o comércio enfraqueceu e hoje ninguém tem dinheiro para arrumar os prédios - lamenta Wilma, que mantém o sobrado impecável. (FELIN, 2014)

Na figura 31, pode-se observar a edificação que abriga o comércio de tecidos e que tem a saudosa e cheia de energia senhora de 90 anos à frente das ações de manutenção necessárias à perfeita conservação da edificação.

---

<sup>45</sup> Seis destas imagens foram utilizadas ao longo da matéria e se repetem no fichero.

<sup>46</sup> Referindo-se à Av. Presidente Roosevelt, onde mantém seu comércio de tecidos, a Coruja Colorida, na esquina com a Av. Brasil, em Porto Alegre | RS.

Tocando uma das poucas lojas que sobreviveram todos esses anos está Wilma Lamp, 90 anos. Ela enche de energia a Coruja Colorida, um comércio de tecidos na esquina com a Avenida Brasil. Recorda com orgulho o tempo em que a Presidente Roosevelt abrigava um comércio pulsante e uma atmosfera que lembrava o centro da cidade. Chegou a pegar o tempo dos estivadores do porto, quando servia salame e bebida no bolicho que mantinha no sobrado onde é a loja atual.



Foto: Lauro Alves

Figura 31: ZH-13. Fonte: Captura de tela site ZH Digital

O abandono e a degradação da área são reiterados por José Carlos Tamujo, 66 anos, morador de uma das casas construídas na rua Paraíba<sup>47</sup> pela Viação Férrea do RS para seus funcionários e herdada de seu pai:

Nasci e cresci aqui, vi as árvores ainda pequenas. Vivíamos apenas no bairro, não precisávamos ir ao centro comprar coisas. Hoje a região está largada. A prostituição aqui na frente, que começou há uns 10 anos, não incomoda, é o trabalho delas. O maior problema é a sujeira, que atrai bichos - conta. (FELIN, 2014).

O ápice das estratégias de subjetivação acontece no relato de atmosfera lendária conferido à área e, mais especificamente, ao palacete da antiga American Boite:

Outro prédio de reconhecido valor para a cidade é o da antiga American Boite - um pequeno palacete frequentado pela alta sociedade gaúcha na metade do século 20-, em frente aos armazéns. Hoje, nos fundos do prédio,

<sup>47</sup> No dia 01 de março de 2017 foi publicada uma matéria exclusiva sobre a rua Paraíba, na qual se destacam como problemas da rua a prostituição e as más condições sanitárias causadas pelos centros de triagem de lixo. Ver *Esta rua poderia ser a mais bonita da cidade. Saiba por que não é* (ZERO HORA, 2017).

há uma lavagem de carros chamada Cascalho, mesmo nome usado pela boate que substituiu a American.

- Me contaram até que tem ouro enterrado no terreno, de algum frequentador da época. Volta e meia aparece alguém aqui dizendo que quer procurar - conta o responsável pela lavagem, Anibal Moraes, 54 anos. (FELIN, 2014)

A partir do último terço da matéria “A comunidade dá o exemplo” (ibid.), a narrativa assume um caráter propositivo e determinista: “Se há esperança no Quarto Distrito, ela está na economia criativa – opinião compartilhada pela sociedade e a prefeitura” (ibid.), novamente valendo-se de uma ideia de consenso. Nesta parte, os depoimentos de empreendedores e técnicos da prefeitura envolvidos em ações de melhorias ao bairro são retomados, trazendo exemplos de centros transformadores do Floresta, como o Vila Flores, o Porto Alegre Hostel Boutique, o Distrito Criativo e o Grupo de Apoio à Revitalização do Bairro Floresta (Refloresta). ZH-13, tendo o IV Distrito como principal pauta da matéria, pode ser classificada nas categorias *espaço*, *tempo* e *personagem*. O IV Distrito é tratado como o espaço que experienciou temporalidades passadas e que estão presentes na memória de seus moradores e nas suas materialidades, mas o IV Distrito é também *personagem*, representado pelas pessoas que estabeleceram algum tipo de vínculo com a área, e que resiste ao abandono e espera por uma revitalização.

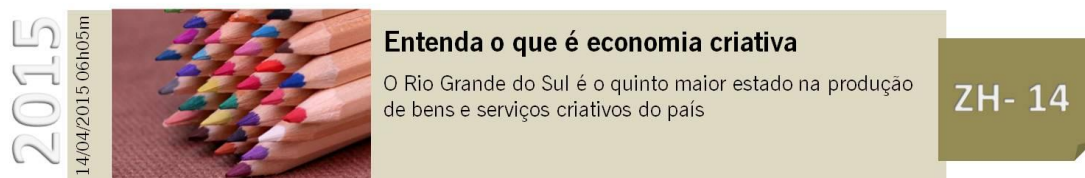


Figura 32: ZH-14. Fonte: Elaboração minha a partir de ZERO HORA (2015).

ZH-14 tem como objetivo principal fornecer ao leitor o entendimento do conceito de economia criativa que, segundo a matéria, “é o nome que se dá para produtos e serviços desenvolvidos por indivíduos que exercitam a imaginação de forma criativa e sustentável” (ZERO HORA, 2015). No entanto, ZH-14 indica, também, os caminhos para a obtenção de capacitação para que se empreenda na área da economia criativa como, por exemplo, através de incubadoras e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-RS), ou através do Observatório de Economia Criativa da UFRGS e do

Gabinete de Inovação (Inovapoa) da Prefeitura Municipal de Porto Alegre. ZH-14, como estratégia de objetivação, faz referência ao livro da Fundação de Economia e Estatística (FEE) e ao Plano Municipal de Economia Criativa de Porto Alegre, citados na matéria para posicionar o estado do Rio Grande do Sul dentro do ranking da produção de bens e serviços criativos em relação aos demais estados brasileiros. A matéria também se utiliza de dados quantitativos extraídos das pesquisas referentes à participação das empresas de economia criativa no PIB do Rio Grande do Sul e referentes ao montante de postos de trabalhos gerados. Em ZH-14, não há referência de temporalidade ou referência a elementos espaciais, mas os *links* de direcionamento apontam para a existência de polos de economia criativa em Porto Alegre (ZH-16) e para a informação de que Porto Alegre está no mapa da economia criativa (ZH-15). Um ponto de conexão entre a narrativa e sua ancoragem ao mundo externo é relegado ao papel das incubadoras, que “têm o objetivo de ajudar a fazer sua ideia começar a virar realidade” (ZERO HORA, 2015), algumas das quais listadas em programa da Secretaria de Ciência, Inovação e Tecnologia, conferindo referencialidade pela autoridade política – da mesma forma que se estabelece referencialidade ao citar o Inovapoa –, e na dimensão da autoridade técnica – ao remeter-se ao Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-RS) e ao Observatório de Economia Criativa (OBEC) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) como meio de obtenção de orientação para negócios embrionários. Desta forma, ao indicar os personagens que podem contribuir com orientações para a implementação de negócios criativos, ZH-14 pode ser classificada na categoria *personagem*, relatando ações que configuram a intriga, criando uma vinculação entre a economia criativa e a cidade de Porto Alegre.

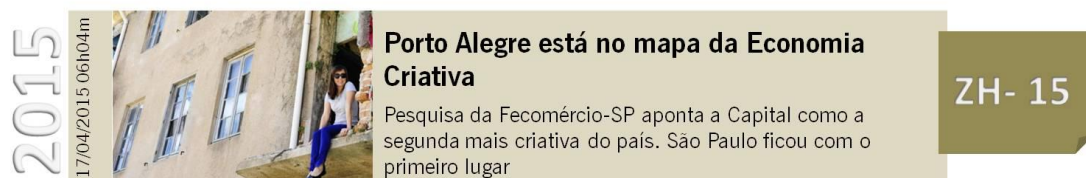


Figura 33: ZH-15. Fonte: Elaboração minha a partir de MARTINS (2015a).

Em ZH-15, matéria desmembrada de ZH-14, a vinculação entre a economia criativa e as cidades se torna ainda mais central. A matéria destaca a importância dos profissionais

criativos para que uma cidade possa prosperar e para que se encontre soluções para problemas urbanos. A matéria coloca em pauta a dificuldade de compreensão dos limites conceituais da economia criativa e, em uma tentativa de clarificar sua compreensão ao leitor, traz exemplos de atividades da economia criativa no Brasil e no mundo, oferecendo uma listagem de eventos ou negócios, destacadamente integrantes do setor cultural. Como exemplo local, apresenta o Vila Flores como um lugar de economia criativa que mantém um ecossistema colaborativo, com ambiente transdisciplinar, onde as trocas entre profissionais de segmentos diversos fortificariam o potencial criativo de todos. Segundo a matéria, há potencial de transformação para que Porto Alegre seja vista como um polo de economia criativa, o que apenas não “salta aos olhos do mundo como hoje acontece com São Paulo” devido à falta de políticas públicas, uma vez que a lista com 50 profissionais que esperam por um espaço de atuação no Vila Flores atestaria este potencial. Embora publicada no ano de 2015, ZH-15 ainda utiliza como respaldo argumentativo o estudo elaborado pela Fecomércio-SP no ano de 2012, utilizada pela primeira vez em ZH-03, em que Porto Alegre aparece na 2ª posição no índice geral da criatividade<sup>48</sup>, conforme figura 34:

---

<sup>48</sup> O índice de criatividade das cidades elaborado pela Fecomércio, e frequentemente citada pelas matérias, é composto pela combinação de três subindicadores: indicador de condições econômicas, indicador de condições sociais e indicador da criatividade. A citação de que Porto Alegre é a segunda cidade mais criativa do país encobre sua classificação relativamente ruim no que se refere às condições sociais, em que ficou na 9ª posição. O subindicador das condições sociais é formado por dados do IBGE relativos aos estabelecimentos públicos de saúde, ao saneamento básico per capita e ao emprego total pela população; o subindicador criativo é formado por emprego criativo per capita e emprego super criativo per capita; e o subindicador econômico é formado por PIB per capita, renda per capita, porcentagem do PIB de serviços e empresas por habitantes. (FECOMÉRCIO, 2012)



**Ranking - Cidades**

ESTADO	CIDADE	GERAL ECONÔMICO		GERAL SOCIAL		GERAL CRIATIVO		ÍNDICE GERAL	
		Índice	Class.	Índice	Class.	Índice	Class.	Índice	Class.
SP	São Paulo	6	69,3	1	75,0	9	48,0	1	100,0
RS	Porto Alegre	1	79,9	9	49,3	3	59,9	2	98,2
MG	B. Horizonte	10	61,8	2	61,3	5	54,3	3	90,2
SP	Campinas	7	63,8	16	40,4	1	76,0	4	88,3
PR	Curitiba	5	69,7	5	52,1	12	40,8	5	86,3
RJ	Rio de Janeiro	9	61,8	4	56,9	8	49,3	6	86,3
DF	Brasília	4	71,9	19	38,0	11	41,0	7	80,9
SC	Florianópolis	2	78,0	42	21,7	6	51,5	8	80,2
PR	Londrina	14	57,6	24	34,8	2	70,1	9	79,4
PE	Recife	24	48,8	8	50,4	4	56,3	10	76,7
BA	Salvador	29	44,7	3	60,4	14	37,7	11	72,8
SP	S. B. do Campo	13	57,8	12	44,5	15	35,3	12	72,8

Figura 34: Ranking de criatividade das cidades. Fonte: Fecomércio, 2012.

A referência à pesquisa está explicitada logo no subtítulo da matéria, mas é no lide que ela se vincula a uma estratégia de subjetivação que tira o leitor de uma posição neutra para colocá-lo dentro da disputa pelo pódio da criatividade: “Porto Alegre está no pódio das capitais mais criativas do Brasil – só perde para São Paulo” (MARTINS, 2015a). Observa-se que o destaque conferido à disputa entre Porto Alegre e São Paulo pode ser entendido pelo viés da memória cultural, e no bojo da formação do Estado nacional moderno brasileiro em que as identidades regionais, na figura do gaúcho e do caipira paulista, passaram da representação enquanto tipos marginais para representação enquanto tipos ideais candidatos à representação da identidade nacional. A matéria transcorre sobremaneira no tempo presente e a referencialidade temporal ao universo exterior à narrativa é dada pelo ano de cunhagem do termo *economia criativa*, que teria ocorrido em 2008, por providência da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad). Em ZH-15, alguns espaços, como o Vila Flores, adjetivado pelas expressões *centro de cultura, educação e negócios criativos*, são claramente apresentados pela narrativa. São apresentados, também, personagens como a Prefeitura Municipal de Porto Alegre, adjetivada como idealizadora do projeto de fomento à economia criativa, executado, por sua vez, pelo Centro Universitário Metodista IPA, através da incubadora Tecendo Ideias; a referência à espacialização é dada pela localização do Vila Flores no bairro Floresta. Existem dois *links* de direcionamento na matéria: um que direciona o leitor para ZH-14 e o outro

que direciona o leitor para ZH-16, que já na manchete indica a existência de polos de especialização da economia criativa em Porto Alegre. Em ZH-15, iniciativas criativas locais são relatadas como que se desenvolvendo espontaneamente em Porto Alegre, a exemplo das pesquisas que colocam a cidade como uma cidade criativa. A referência a outras cidades no Brasil e no mundo que apresentam uma dinâmica cultural efervescente serve, no fechamento da matéria, para balizar e orientar as perspectivas de desenvolvimento futuro de Porto Alegre. ZH-15 pode ser classificada na categoria *espaço*, na medida em que a intriga se vincula mais fortemente às cidades e em especial ao se destacar o Vila Flores como local de especialização da economia criativa, e, também, na categoria *personagem*, ao colocar a PMPA e o IPA como promotores de uma incubadora criativa na área do IV Distrito.



Figura 35: ZH-16. Fonte: Elaboração minha a partir de MARTINS (2015b).

No âmbito das políticas municipais, ZH-16 relata a ação proposta pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre de mapear polos de economia criativa na cidade – esta informação aparece vinculada sequencialmente à informação sobre o lançamento do Plano Municipal de Economia Criativa ocorrido em 2014. Segundo a matéria, “depois deste levantamento é que serão pensadas as políticas públicas que devem estimular os talentos criativos a permanecerem em Porto Alegre” (MARTINS, 2015b). Como uma possibilidade de política pública nesta direção, ZH-16 cogita a oferta de isenção do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e, mais do que precisar os lugares potenciais da economia criativa dentro de Porto Alegre, a matéria se dedica a lançar afirmações que aproximam economia criativa ao ambiente das cidades, sempre em uma relação positiva. Além disso, também apresenta *cases* de atividades criativas locais em que as citações dos entrevistados, em alguma medida, parecem justificar suas escolhas por Porto Alegre como sede de seus negócios. Em ZH-16, as estratégias de objetivação se limitam às declarações atribuídas às autoridades políticas e às

autoridades de saber técnico. Há predomínio de estratégias de subjetivação manifesta através de afirmações categóricas, de efeito poético, lançadas sobre concepções de economia criativa e da sua relação com a cidade, sem que para isso se utilize de qualquer embasamento técnico ou teórico. Todavia, a matéria apresenta *links* de direcionamento para ZH-15 e ZH-14, que se utilizam mais de estratégias de objetivação baseadas em pesquisas, conforme já analisado. A ação da prefeitura anunciada na manchete fica restrita à primeira parte da matéria. No lide, há referência ao Plano Municipal de Economia Criativa, onde constariam as diretrizes para o incentivo do setor, e no sublide (2º parágrafo), formado por citação da secretária do Inovapoa, demonstra-se a intenção da prefeitura em identificar polos setorizados das atividades relacionadas à economia criativa. No entanto, a construção narrativa da matéria se orienta a partir de um desafio enfrentado para o crescimento da economia criativa: a evasão de talentos criativos; como solução para este desafio, coloca-se que “a cidade precisa se diferenciar” (MARTINS, 2015b). Na sequência desta afirmação, algumas potencialidades de Porto Alegre para o desenvolvimento de negócios criativos serão destacadas: o relato da ação da prefeitura é apenas estopim para a sequência de argumentações subjetivadoras que vincularão a economia criativa às cidades, com base em afirmações sem embasamento: “Economia criativa dá mais vida às cidades” (ibid.), “Oferecer soluções às cidades, aliás, é o mote da economia criativa” (ibid.), “projetos em economia criativa aproximam cidadão e cidade, fortalecendo a sensação de pertencimento – e a vontade de ficar” (ibid.). Nesta última afirmação, está o ponto central de pauta da matéria: apontar as razões e os meios de fixação dos talentos criativos na cidade. Numa tentativa de explicitá-los, o jornalista-narrador intercala depoimentos de empreendedores locais e de autoridades técnicas que ressaltam características potenciais da cidade. O chamado *bairrismo* de Porto Alegre aparece como um elemento favorável para que a “cidade que não tem os graves problemas das grandes capitais” (ibid.), e que “tem uma forte vocação para desenvolver novos canais de mercado” (ibid.), desenvolva seu potencial criativo. A referência ao bairrismo é feita pelo jornalista-narrador a partir dos depoimentos de dois empreendedores locais: “pensar formas de contribuir com a cidade que nasci e cresci” (ibid.) e “em vez de ostentar algo de fora, queremos que o que é feito aqui seja motivo de orgulho” (ibid.).

Os relatos da matéria se dão no tempo presente, e demonstra-se, como elemento já espacializado, a incubadora Tecendo ideias, localizada em antigo prédio da Renner, próxima ao DC Navegantes, no IV Distrito. Como área potencial, a orla do Guaíba, um insumo a ser aproveitado para novos modelos de negócios, segundo a concepção do Coordenador do OBEC da UFRGS. ZH-16 possui elementos que possibilitariam sua vinculação à categoria *personagem* devido à ação de mapeamento proposta pela PMPA, ou à categoria *espaço* pelos locais de espacialização de atividades criativas que são citados ao longo da matéria. Entende-se que a matéria dedica-se à configuração da intriga, na medida em que reforça os laços entre economia criativa e a cidade de Porto Alegre a partir dos espaços e personagens abordados.



Figura 36: ZH-17 e ZH-19. Fonte: Elaboração minha a partir de ZERO HORA (2015) e GRABAUSKA (2015).

ZH-17 e ZH-19 noticiam eventos culturais que acontecerão dentro dos limites do IV Distrito e a narrativa das matérias é objetiva e informacional. ZH-17, excepcionalmente, relata uma espacialização de atividade criativa cultural fora dos limites ou das adjacências do bairro Floresta. A narrativa se dedica a informar um evento temporal e espacialmente delimitado, no Parque Mascarenhas de Moraes, localizado no bairro Humaitá, onde o grupo de teatro Mototóti promove uma série de apresentações gratuitas de espetáculos do projeto *Se Essa Rua Fosse Minha*. Além das informações sobre o grupo e as apresentações previstas, a matéria também fornece algumas características do parque como depositário de espaços de convivência e de reserva ecológica, e também como um local que se transformou em sede pública do grupo de teatro alinhado ao propósito de formação do hábito de consumo de arte junto aos moradores do bairro. ZH-19, por outro lado, relata um evento que mescla

passeio de bicicleta pelas ruas do Distrito Criativo, intercalado por exibição de filmes de curta-metragem em espaços culturais que integram o Distrito Criativo. A matéria traz como estratégia de objetivação um mapa que condensa as informações sobre o percurso a ser seguido pelos participantes e a localização dos espaços culturais onde os filmes serão exibidos, conforme figura 37.



Figura 37: Captura de tela de ZH-19. Fonte: Site ZH Digital.

Uma operação de subjetivação da informação se dá através dos relatos dados pela idealizadora do projeto, que trouxe a ideia de “bem longe” (GRABAUSKA, 2015), agregando à narrativa do jornalista-narrador a narrativa dos viajantes que trazem experiências bem sucedidas de terras distantes. Outro ponto de subjetivação encontra-se logo no lide da matéria, realizando uma introdução ao conteúdo da matéria em linguagem que remete a uma atmosfera bucólica: “Não há estatísticas a respeito, mas é quase certo que a pedalada vagarosa para apreciar a vista e a sessão de pipoca a dois ou com os amigos estejam entre os programas mais queridos para os

finais de semana” (ibid.) Desta forma, por relatar especializações de atividades criativas, ZH-17 e ZH-19 podem ser classificadas na categoria *espaço*.

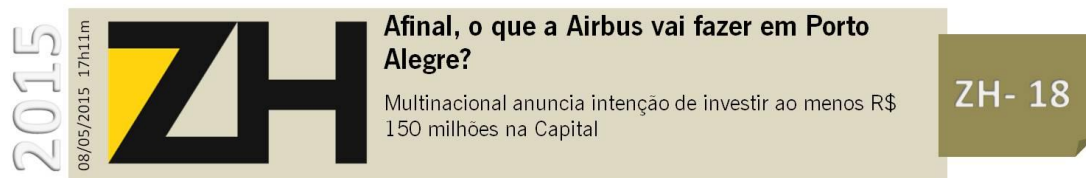


Figura 38: ZH-18. Fonte: Elaboração minha a partir de SFREDO (2015).

A narrativa de ZH-18 é conduzida por meio de especulações quanto à destinação de recursos financeiros anunciados pela Airbus, que intencionaria investir em Porto Alegre. Uma possibilidade de participação da multinacional, que além de fabricante de veículos e equipamentos aeroespaciais também é fabricante de equipamentos de defesa, seria o projeto chamado Cidade Segura<sup>49</sup>. A Airbus é relatada, segundo atribuições dadas pela prefeitura, como embrião para o desenvolvimento de um centro de pesquisa e desenvolvimento de negócios de tecnologia e como âncora do projeto de revitalização do IV Distrito, que “prevê o uso de tecnologias digitais para melhorar convívio e bem estar” (SFREDO, 2015). ZH-18 relata que a multinacional Airbus teria manifestado interesse em investir pelo menos 150 milhões em Porto Alegre, com possibilidade de que este valor inicial de investimentos chegue ao dobro. São poucas as estratégias comunicacionais utilizadas na matéria, que se orienta por especulações quanto à aplicação dos recursos e das intenções da multinacional. Como estratégia de objetivação, traz indicações das cifras, embora algumas de forma indireta, como no caso da fala do secretário da Fazenda do município em que se argumenta que o faturamento mundial da Airbus é igual ao PIB do Rio Grande do Sul. Nestas informações, que carecem de precisão, é a dimensão das estratégias de subjetivação que se manifestam, tal como ocorre a partir das especulações de uma narrativa que transcorre no tempo presente, mas que é orientada por projeções sobre

<sup>49</sup> Cf RS.GOV. “O projeto denominado Cidade Segura, que depois deverá evoluir para Cidade Inteligente, será o primeiro passo da cooperação estratégica firmada pela multinacional francesa Airbus com o governo do Rio Grande do Sul na área de segurança pública. Reconhecida pela fabricação de aviões e helicópteros, a Airbus planeja instalar em Porto Alegre uma unidade de produção de equipamentos de videomonitoramento, com investimento que poderá ultrapassar R\$ 150 milhões. O local escolhido é o 4º Distrito, na região central, e o início das operações é previsto para 2016.”



acontecimentos futuros, ainda incertos. Mas se observa que dentro das projeções especulativas aparece a certeza da espacialização da Airbus no IV Distrito, mediante as intenções da prefeitura em tornar a empresa âncora do projeto de revitalização do IV Distrito. Por relatar as possibilidades de negociação entre a PMPA e uma empresa multinacional, ZH-18 pode ser classificada na categoria *personagem*.

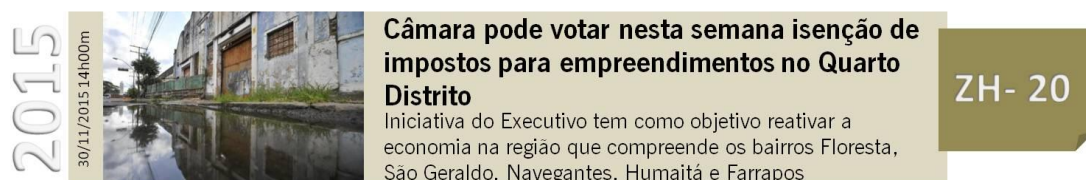


Figura 39: ZH-20. Fonte: Elaboração minha a partir de VARGAS (2015).

Sete meses após a publicação de ZH-16, matéria em que se aventou a possibilidade de aplicação de redução de impostos para empreendimentos criativos implantados no IV Distrito, ZH-20 relata a possível votação pela Câmara da “primeira tentativa concreta do poder público de reativar a economia no Quarto Distrito” (VARGAS, 2015). O projeto de lei que prevê a isenção de IPTU e Imposto Sobre a Transmissão de Bens Imóveis (ITBI) para os casos de compra ou aluguel de imóveis destinados a abrigar empresas de base tecnológica ou inovadora no bairros Floresta, São Geraldo, Navegantes, Humaitá e Farrapos, e que concederia redução na alíquota de Imposto Sobre Serviços (ISS) para serviços de pesquisa e desenvolvimento na área de tecnologia em saúde para todas as regiões da cidade, já estaria, segundo a matéria, em tramitação na Câmara. No entanto, ainda aguardava ser liberado para votação em função do atraso na entrega do relatório da Comissão de Constituição e Justiça (CCJ). Através destas afirmações, revela-se a metanarrativa da morosidade do setor público em resolver os problemas do IV Distrito, o que se reforça pela demonstração de uma imagem de um galpão industrial em estado de degradação na área do IV Distrito. A metanarrativa da ineficiência do setor público é mais um elemento que se soma à construção narrativa da espacialidade criativa do IV Distrito. Em sua redação, ZH-20 dá voz a diversas autoridades políticas, apresentando um quadro favorável à base aliada do governo executivo diante de um possível embate com a base de oposição ao governo, representada pela figura de um vereador do Partido dos Trabalhadores, que

declara que a comissão (CCJ) já havia avaliado o projeto, urbanística e tecnicamente, sendo favorável a sua aprovação, o que, no entanto, não significaria que não seriam propostas emendas ou levantados questionamentos ao projeto. Em ZH-20, há predomínio de estratégias de objetivação, mas pode-se entender como uma estratégia de subjetivação a utilização de imagem da antiga fábrica de fogões Wallig, que ilustra a matéria e é apresentada como sendo um projeto de Theo Wiederspahn<sup>50</sup> e como retrato da degradação. ZH-20 contém, ao longo de seu corpo de texto, *links* de direcionamento para ZH-13, ZH-10 e ZH-12 e para a matéria “Projeto prevê arranha-céu de 256 metros para o Quarto Distrito” (VARGAS, 2015), excluída do *corpus* de análise por ser identificada como integrante da narrativa sobre o mercado imobiliário. Por relatar uma ação proposta e conduzida pela Câmara Municipal, ZH-20 pode ser classificada na categoria *personagem*.

O quadro 6 fornece uma síntese das análises do segundo conjunto de matérias, informando as categorias nas quais as matérias puderam ser classificadas e quais as estratégias comunicacionais utilizadas pelo jornalista-narrador para a transmissão dos relatos efetuados e para a configuração da intriga da narrativa.

---

<sup>50</sup> Arquiteto de origem germânica com atuação em Porto Alegre na primeira metade do século XX. Responsável pela construção do prédio dos Correios e Telégrafos, hoje Memorial do Rio Grande do Sul; prédio da Cervejaria Bopp, atualmente Shopping Total; Hotel Majestic, atual Casa de Cultura Mario Quintana, entre outros (WEIMER, 2009).



CÓD.	CONFIGURAÇÃO DA INTRIGA						METANARRATIVA	
	PERSONAGEM		ESPAÇO		TEMPO		EMP.	I.S.P.
	OBJ.	SUB.	OBJ.	SUB.	OBJ.	SUB.		
ZH-09	x		x					
ZH-10	x		x			x		
ZH-11	x		x	x				x
ZH-12	x	x	x	x	x	x		
ZH-13	x	x	x	x	x	x		x
ZH-14	x							
ZH-15	x		x	x				x
ZH-16	x		x					
ZH-17			x	x				
ZH-18	x							
ZH-19			x					
ZH-20	x			x				x

**LEGENDA**

OBJ. ESTRATÉGIAS DE OBJETIVAÇÃO      EMP. EMPREENDEDORISMO  
SUB. ESTRATÉGIAS DE SUBJETIVAÇÃO      I.S.P. INEFICÁCIA DO SETOR PÚBLICO

Quadro 6: Classificação das matérias por categoria e utilização das estratégias comunicacionais. Fonte: Elaboração minha.

Todas as matérias do segundo conjunto analisado utilizam, em alguma medida, estratégias de objetivação e de subjetivação, com exceção de ZH-14, classificada na categoria *personagem*, que tem como objetivo fornecer ao leitor o entendimento do que é a economia criativa. A metanarrativa da ineficiência do setor público está presente em ZH-11, ZH-13, ZH-15 e ZH-20, em todas referindo-se aos problemas decorrentes do abandono da região do IV Distrito, descaso e desinteresse do setor público. Estas mesmas matérias, juntamente a ZH-12 e ZH-17, apresentam estratégias de subjetivação no tratamento dado aos relatos do espaço.

Os relatos sobre o espaço ou espacialidades são ausentes em ZH-14, e em ZH-18, embora caracterizado, trata-se de uma realidade hipotética. Os personagens de destaque são, na esfera governamental, a PMPA e a Câmara Municipal; as instituições privadas de ensino superior, PUCRS e IPA; e moradores e empreendedores criativos locais participantes do Distrito Criativo ou de associações de moradores, que em todas as matérias são apresentados desde estratégias de objetivação, com casos de subjetivação em ZH-12 e ZH-13 por conferir personalidade a elementos espaciais.

Todas as matérias classificadas na categoria *tempo* utilizam estratégias de subjetivação, sendo que ZH-12 e ZH-13 apresentam, também, estratégia de objetivação ao ancorar a narrativa sobre o tempo na historiografia oficial do IV Distrito, o que não se verifica em ZH-11, onde prevalecem as projeções para o futuro e a referência ao passado aparece apenas como citações sem maior aprofundamento.

### 3.3.3 PUBLICAÇÕES EM 2016



Figura 40: ZH-21. Fonte: Elaboração minha a partir de MAYNART (2016).

ZH-21 se dedica a apresentar o espaço do Vila Flores a partir de atividades nele promovidas e de sua composição arquitetônica. São ressaltadas as características construtivas do conjunto arquitetônico e algumas das etapas do processo de restauração do imóvel, cujo projeto original é atribuído ao arquiteto Joseph Lutzenberger. O conjunto arquitetônico estaria inventariado na lista de bens imóveis como patrimônio cultural. É destaque na matéria, também, sua utilização por atividades que vão desde a residência de negócios criativos até a promoção de eventos diversos, que teriam como referência quatro eixos temáticos: arte e cultura, educação, arquitetura e empreendedorismo. ZH-21 é iniciada por texto com linguagem lírica: “O consumo de energia nos dias quentes é moderado, devido às paredes robustas e à ventilação cruzada. Assim como o acender das luzes, que fica para mais tarde do que o habitual (...)” (MAYNART, 2016); o estilo do texto confere um tom de subjetividade à descrição das características construtivas do conjunto de prédios do Vila Flores, que estariam em consonância com os “debates sobre a sustentabilidade na arquitetura contemporânea” (ibid.). Desta forma, ao destacar as características arquitetônicas singulares, que teriam feito com que a edificação ingressasse na Bienal de Arquitetura de Veneza, ZH-21 também espacializa as atividades criativas que atuam no conjunto de

prédios no bairro Floresta, “que aos poucos torna-se endereço de eventos em Porto Alegre” (ibid.) e traz para a narrativa, que transcorre no tempo presente, a temporalidade de um tempo passado manifesto nas marcas da edificação que, segundo a matéria, de forma natural, inclui lições valiosas de edificação às vivências artísticas que acontecem no conjunto de prédios. O personagem central de ZH-21 é o Vila Flores, mas a pauta está mais relacionada às descrições formais do espaço do que propriamente às ações desenvolvidas pela Associação Cultural Vila Flores ou seus residentes, embora se encontre indícios das ações também nas falas dos entrevistados e no discurso do próprio jornalista-narrador. Desta forma, ZH-21 se classifica na categoria *espaço* pelas descrições formais realizadas sobre o Vila Flores e na categoria *tempo*, por destacar a temporalidade manifesta nas materialidades do espaço.

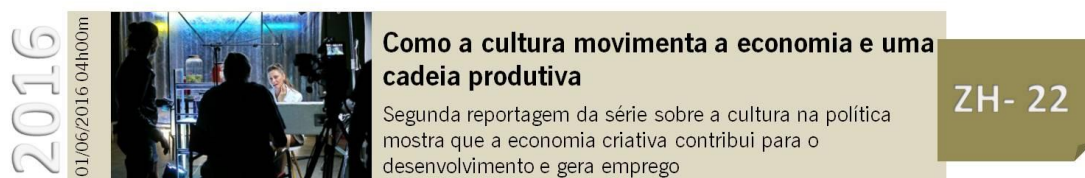


Figura 41: ZH-22. Fonte: Elaboração minha a partir de PRIKLADNICKI (2016).

Em um momento determinante no contexto político brasileiro, ZH-22, alicerçada em indicadores econômicos e sociais de instituições de pesquisa como ONU, IBGE, IPEA e FIRJAN, tem como objetivo demonstrar a importância da cultura e dos setores da economia criativa para o desenvolvimento e para o crescimento econômico. A matéria faz parte de uma série de três reportagens produzidas em torno da polêmica gerada com a proposta de extinção do Ministério da Cultura (Minc) feita pelo presidente Michel Temer<sup>51</sup>. ZH-22 é iniciada com a apresentação da polêmica em torno da extinção do Ministério da Cultura (MinC), que teria dividido a opinião de brasileiros entre aqueles que protestavam contra a proposta de extinção e aqueles que comemoravam o fim do ministério, justificado pela suposta postura parasitária da classe artística que se beneficiaria de políticas para a cultura. Com exceção do lide, no

<sup>51</sup> Na época de publicação de ZH-23, o então vice-presidente da república Michel Temer (PMDB), estava presidente em exercício após a instauração do processo de impedimento da presidenta Dilma Rousseff (PT), pelo Senado brasileiro, em 12 de maio de 2016.

qual a polêmica é apresentada revelando o conflito existente na sociedade, todos os demais parágrafos são constituídos por estratégias de objetivação. A matéria é intercalada por estatísticas econômicas da cultura e por citações diretas ou indiretas de membros de importantes entidades de pesquisa, como a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). A citação colocada logo na sequência do lide é a primeira das três citações diretas atribuídas ao gerente de Indústria Criativa do Sistema Firjan, que veementemente se posiciona em relação aos ataques à classe artística já mencionados: “Este ponto de vista é um absurdo. A ideia de que a cultura não gera negócio é uma visão atrasada” (PRIKLADNICKI, 2016). A citação, estratégia de objetivação conferida pela ideia de veracidade atrelada à declaração de uma pessoa real, detentora de saber técnico, está carregada de subjetividade, na medida em que seu sentido provoca uma alteração no estado de espírito, levando o leitor a identificar-se, ou não, com a declaração dada. Neste momento, instaura-se na narrativa da matéria a posição argumentativa que, parágrafo após parágrafo, vai desconstruir os discursos que não percebem as relações existentes entre economia e cultura, através da apresentação sequencial de estatísticas elaboradas por instituições como ONU, IBGE e IPEA, em que os números da indústria criativa em termos de representatividade no crescimento do PIB nacional e da oferta de empregos são apresentados como muito superiores ao crescimento dos demais setores da economia brasileira. A matéria indica, ainda, que existem desafios a serem equalizados, como a alta informalidade, mediante a qual os profissionais criativos atuam, que faz com que alguns números do setor não tenham sido captados pelas metodologias de pesquisa e que, portanto, não constam nas estatísticas. Todavia, a matéria se encerra com a preocupação da sensibilidade do setor em tempos de crise, manifesta pela fala de um pesquisador do IPEA: “Fizemos a pesquisa durante um ciclo de crescimento, até 2010. Se repetíssemos o estudo do ano passado para este, provavelmente constataríamos que a economia criativa está perdendo mais empregos do que o restante da economia (...)” (PRIKLADNICKI, 2016). A narrativa transcorre em tempo presente, sem referencialidade espacial, e possibilitando a identificação de personagens que atuam indiretamente para a instauração do discurso da economia criativa em Porto Alegre ao reforçar sua importância para a economia.



Figura 42: ZH-23 e ZH-30. Fonte: *Elaboração minha a partir de PRESTES (2016) e TREMEA (2016).*

ZH-23 e ZH-30, com narrativa informativa e objetividade textual, relatam dois espaços de atividades criativas localizados no IV Distrito. ZH-23 é uma matéria do caderno Casa&Cia, portanto tem ênfase nas características arquitetônicas do local, ao mesmo tempo em que revela a multiplicidade de funções ligadas à economia criativa desempenhadas no local. Trata-se do ateliê de trabalho de um arquiteto que também possui espaço de galeria e comércio de peças de design. Há estratégia de subjetivação no relato efetuado pelo arquiteto, que vincula a multifuncionalidade do lugar, que foge aos padrões, a um sonho de infância. Já em ZH-30, o relato é sobre a reinauguração de um café de “comida saudável” (TREMEA, 2016), que ocupava o sótão do conjunto arquitetônico do Vila Flores e, agora, passa a ocupar uma casa vizinha. A matéria informa a localização precisa do café e delimita o evento de reinauguração temporalmente, além de apresentar um pouco da atmosfera do empreendimento proposto pela proprietária que retornou a Porto Alegre depois de ter passado 30 anos na França. ZH-23 e ZH-30 podem ser classificadas na categoria *espaço*.



Figura 43: ZH-24, ZH-31 e ZH-32. Fonte: Elaboração minha a partir de ALVES (2016), PIFFERO (2016) e ZERO HORA (2016).

ZH-24, ZH-31 e ZH-32 relatam atividades culturais ocorridas no IV Distrito e há predomínio de estratégias de objetivação, que está presente nas três matérias. ZH-24, de forma bastante sintética, informa que ocorrerá, na Rua São Carlos, no bairro Floresta, o *Projeto Tô na Rua*, evento que reúne expositores, *food trucks* e rodas de conversa sobre arquitetura e melhorias para o bairro. ZH-31 e ZH-32, por sua vez, relatam o *Festival #deslocamentos4D*, sendo que a publicação de ZH-31 antecede ao evento e ZH-32 foi publicada após o evento. Em ambas as matérias, além das estratégias de objetivação dadas pelas referencialidades geográficas, verifica-se a presença de estratégias de subjetivação a partir das caracterizações imputadas à área do IV Distrito. O IV Distrito é relatado tanto como portador de problemas como um espaço pulsante, de inovação e de diversidade, que seria devido à presença de casas colaborativas, artistas e empreendedores. Em ZH-31, o Vila Flores aparece como o epicentro do festival idealizado com uma intensa programação cultural, que, segundo a matéria, tem “o objetivo de atrair investimentos privados e públicos que desenvolvam a região sem descaracterizá-la” e “lutar contra os entraves que impedem o 4º Distrito de atingir seu potencial” (PIFFERO, 2016). O festival, idealizado pela produtora Carla Joner, também é apresentado como uma importante vitrine que dará visibilidade à “propalada efervescência do 4º Distrito” (ibid.). Além das feiras, oficinas,

saraus e outras atividades artísticas ou de lazer, o festival tem como ponto alto a promoção de um seminário com o objetivo de debater o futuro do IV Distrito a partir do projeto urbanístico Masterplan e do projeto Porto Alegre Tecnópolis. A matéria se encerra com a descrição da programação e dos locais onde as atividades do festival acontecem, nos bairros Floresta, Humaitá, Navegantes e São Geraldo; estas localidades também são apresentadas através de um mapa. ZH-32, ao relatar o evento já ocorrido, acrescenta que centenas de pessoas, inclusive moradores de outras localidades da cidade, participaram do festival. ZH-32 possui *link* de direcionamento para ZH-31, e, tomadas em conjunto, as matérias possuem três citações diretas atribuídas à produtora do evento, em que suas falas dão destaque à dicotomia que se estabelece na área diante do abandono e degradação e da existência de iniciativas e atividades criativas. Entende-se que as matérias podem ser classificadas na categoria *espaço* por tratarem de atividades criativas que, ao mesmo tempo em que acontecem, incitam debates e leituras sobre as espacialidades do IV Distrito.



Figura 44: ZH-25 e ZH-26. Fonte: Elaboração minha a partir de GONZATO (2016a) e GONZATO (2016b).

ZH-25 e ZH-26 passaram a integrar o *corpus* de análise a partir da seleção pela categoria *tempo*. Ambas as matérias estão ligadas por *links* de direcionamento e, na versão impressa do jornal, constituem uma única matéria que, na véspera das eleições municipais de 2016, coloca o leitor diante de uma questão explicitada na manchete da matéria, “Qual o futuro de Porto Alegre?” (GONZATTO, 2016a), para, em seguida, ofertar uma resposta: “Quarto Distrito abriga projetos para o futuro de Porto Alegre” (GONZATTO, 2016b). As estratégias de comunicação predominantes em ZH-25 são as estratégias de objetivação e a sua narrativa faz pouco uso de linguagem figurada,



utiliza citações respaldadas por saber técnico, além de referenciar-se em panoramas socioeconômicos de Porto Alegre com indicadores econômicos e de violência. O conteúdo da narrativa se orienta a partir do argumento de que Porto Alegre precisa “firmar uma nova marca no imaginário nacional e internacional” (GONZATTO, 2016a), para que, assim, possa alavancar sua economia. A subjetivação fica por conta da invocação ao passado da cidade, quando fora referência em diversas áreas, referência econômica enquanto polo industrial, referência de qualidade de vida, referência em participação através do Orçamento Participativo e do Fórum Social Mundial – “Antigas vocações da cidade que se desvirtuaram nos últimos anos” (ibid.). A matéria apresenta algumas razões para o esvanecimento das antigas vocações, indicando que é preciso apostar nos pontos fortes da capital, e sugerindo quais seriam eles, assim como indica os pontos fracos, naqueles em que “é preciso evoluir” (ibid.). Entre os pontos fracos estariam a violência, os problemas em mobilidade urbana, a burocracia e a baixa capacidade de transporte do aeroporto. Esses fatores, segundo ZH-25, seriam responsáveis pela baixa atratividade da cidade diante dos investidores e, também, um entrave para a retenção dos talentos locais. Entre os pontos fortes, estariam o número de universidades, a qualidade da rede hospitalar, a centralidade para turismo de negócios e os atrativos naturais, como o Guaíba e as áreas verdes. Os fatores elencados são fundamentados em dados quantitativos, mas com pouca referência às fontes, e são sintetizados ao longo do corpo do texto:

Uma das lições que ficam é que cada região precisa descobrir seus pontos fortes e apostar neles, sejam projetos de revitalização urbana, turismo ou aproveitamento das chamadas instituições-âncora como hospitais ou universidades capazes de fomentar projetos de alta tecnologia. (GONZATTO, 2016a).

Ao final da narrativa, ZH-25 traz exemplos de quatro cidades que se reinventaram, todas acompanhadas por imagem fotográfica, destacando as lições que se poderia aprender a partir de suas experiências em termos de: planejamento e flexibilidade, peso do turismo, participação social e aposta em tecnologia. Em todos os exemplos citados, as cidades apresentam um passado industrial seguido por período de decadência da atividade econômica industrial. ZH-25 é ilustrada por fotografia aérea da região dos armazéns do Cais Mauá, cujo projeto que revitalizaria o centro da capital



arrastar-se-ia por duas décadas devido a “deficiências como falta de planejamento, coordenação e continuidade” (ibid.). Neste ponto, a narrativa resgata a metanarrativa da ineficácia do setor público, que também aparece em ZH-26 diante da recorrente falta de continuidade entre as políticas de governo. Observa-se que em ZH-25 não é dado destaque à economia criativa, que aparece como uma das possibilidades mais promissoras para Porto Alegre que “incluem áreas como tecnologia, saúde, economia criativa e turismo” (ibid.). Todavia, é importante observar que todos os exemplos citados podem ser considerados como integrantes da economia criativa. ZH-26 se orienta desde a mesma abordagem de busca de uma marca para Porto Alegre: matéria relata que a região do IV Distrito está sendo “Alvo de um plano para se tornar um polo de tecnologia e economia criativa” (GONZATTO, 2016b), que se trata do Masterplan produzido pela UFRGS, propondo novas regras para a construção na área. O conteúdo é informacional e se utiliza de depoimentos de profissionais detentores de saber técnico para apontar transformações em curso na área ou ideias para o seu futuro. Através de citação indireta atribuída à coordenadora geral do Inovapoa, destaca-se que é preciso evitar o obstáculo da descontinuidade das políticas em curso. A matéria se encerra com depoimento direto de um publicitário: “Em uma viagem ao Vale do Silício, nos disseram que os investidores não estão atrás apenas de terreno barato e isenção de impostos. Querem se instalar em cidades boas para se viver” (ibid.). As narrativas de ZH-25 e ZH-26 correm em tempo presente, embora tenham especulações sobre o futuro de Porto Alegre, que passaria pela revitalização do IV Distrito. A referência à espacialização da criatividade é mais evidente em ZH-26; em ZH-25, a narrativa se vale de uma abstração do espaço, tendo a cidade como um todo enquanto referência espacial. Em ZH-26, há claras referências ao IV Distrito através do Masterplan e dos incentivos municipais de isenção de impostos, para empreendimentos tecnológicos ou de economia criativa, e à Vila Flores<sup>52</sup>, que começou a chamar a atenção internacional ao ser selecionada para participar da Bienal de Veneza. ZH-25 pode ser classificada na categoria *tempo*, pois se dedica a oferecer

---

<sup>52</sup> Nesta matéria, o nome Vila Flores é acompanhado tanto de artigo feminino como de artigo masculino. No caso de utilização do artigo feminino, é possível que esteja referenciado à Associação Cultural Vila Flores e no caso da utilização do artigo masculino, é possível que esteja referenciado ao Centro Cultural Vila Flores ou ao conjunto arquitetônico do Vila Flores. Nota-se que há uma confusão na utilização de ambos.

um panorama socioeconômico da cidade de Porto Alegre no tempo presente e, também, resgata identidades passadas da cidade numa linha de argumentação de que tal como ocorrera no passado, é preciso estabelecer uma identidade para a cidade que esteja vinculada às suas potencialidades para o futuro. ZH-25 aponta para a configuração da intriga, ao destacar as possibilidades de áreas para investimentos de que a cidade dispõe e, destacadamente, todas estão ligadas aos setores da economia criativa. ZH-26 pode ser classificada na categoria *tempo* e também na categoria *espaço*. A matéria reflete as potencialidades da espacialidade criativa no IV Distrito, tanto passadas quanto presentes, numa aposta para o futuro de Porto Alegre. Em ZH-26, a intriga se encontra irrevogavelmente configurada, respaldada por planos urbanísticos específicos e pelo estabelecimento de leis de incentivo fiscal que fomentam a implantação de atividades ligadas à economia criativa.



Figura 45: ZH-27e ZH-28. Fonte: Elaboração minha a partir de SFREDO (2016a) e SFREDO (2016b).

ZH-27 e ZH-28 reiteram o potencial emergente da criatividade em Porto Alegre. ZH-27 traz informações sobre o evento *100 Open Startups* que, pela primeira vez, seria sediado em Porto Alegre, no Tecnopuc. Segundo os entrevistados, o evento é uma oportunidade de movimentar o ecossistema empreendedor, uma necessidade diante da crise econômica. Através de sua narrativa, depreende-se que o evento funciona como uma vitrine de *startups* que disputam entre si a atenção de investidores. Procurando informar o perfil da economia criativa de Porto Alegre, com base em pesquisa realizada com 350 empresas pelo Inovapoa, ZH-28 afirma que o ramo da gastronomia é o mais numeroso em Porto Alegre. A pesquisa também demonstra que 68% das empresas pesquisadas atuam no mercado local.

ZH-27 e ZH-28 foram publicadas com um intervalo de apenas dois dias, são matérias curtas e objetivas, com conteúdo informativo. ZH-27, ao relatar o evento *100 Open Startups*, faz prevalecer as estratégias de objetivação dadas pela informação precisa da data em que o evento irá acontecer, nos discursos diretos ou indiretos dos entrevistados, na legitimidade do evento pela referência à empresa organizadora e pela participação de grandes empresas brasileiras patrocinadoras, e nas estatísticas do perfil das *startups* participantes. Quanto às empresas participantes, segundo a matéria, elas revelam pontos ainda não compreendidos, como o fato de 15% das *startups* não estarem à procura dos investidores, parecendo já terem equalizado o maior desafio das empresas iniciantes. No lide de ZH-27, “Não foi sem esforço, mas Porto Alegre garantiu seu lugar entre as capitais da inovação” (SFREDO, 2016b), verifica-se uma estratégia de subjetivação: ao se conferir personalidade à cidade de Porto Alegre, efetiva-se uma operação figurativa que provoca uma identificação do leitor porto-alegrense com a história narrada. ZH-27 faz parte do conjunto de matérias que reforçam, porque manifesta implicitamente, a metanarrativa do empreendedorismo. ZH-28, por sua vez, coloca a economia criativa como uma porta de acesso ao empreendedorismo e demonstra ao leitor quais são os tipos de empresas que integram a economia criativa de Porto Alegre, através da apresentação de um infográfico com os números da pesquisa elaborada pelo Inovapoa, utilizando-se de estratégias de objetivação. ZH-28 fornece, também, um *link* de direcionamento para ZH-27, que tem como objetivo fornecer orientações sobre a participação e sobre o funcionamento do evento relatado. Ambas as matérias fazem referência a mapeamentos: mapa mundial da economia em ZH-27 e mapeamento das empresas da economia criativa de Porto Alegre em ZH-28. No entanto, em ambos os casos o mapeamento é utilizado em sentido figurado, aproximando-se mais à ideia de panorama, de quadro. Todavia, a escolha pelo termo utilizado acaba reforçando um sentido geográfico que induz a uma referencialidade de espacialização da economia criativa. ZH-27 apresenta objetivamente personagens organizadores do evento, tais como Tecnopuc, Inovapoa, PoaDigital, UFRGS, Sebrae, Associação Gaúcha de Startups e as aceleradoras Venture e Wow. A referida metanarrativa encontrada em ZH-27 apresenta possibilidade de continuidade a partir da disponibilização de *links* de

direcionamento para outras matérias que, conforme demonstrado na figura 46, têm como pauta o empreendedorismo, mas que não foram captadas pelos critérios de seleção de dados propostos para este estudo.

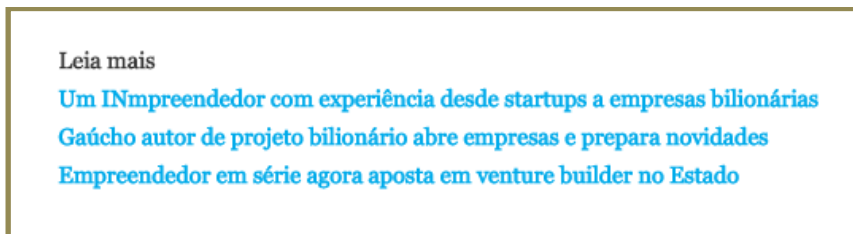


Figura 46: Links de direcionamento em ZH-27. Fonte: Captura de tela site ZH Digital.

As narrativas textuais de ZH-27 e ZH-28 são feitas em tempo presente e não há referencialidade espacial para além da definição de Porto Alegre como o macrocenário de desenvolvimento dos fatos narrados. ZH-28 apresenta os fatores que têm levado os jovens a empreender: 40% por identificar no mercado uma oportunidade de negócio, 37% por necessidade, mas fazendo o que gostam, e 23% apenas por necessidade. Através desta estratégia de objetivação, induz o potencial empreendedor-leitor a classificar-se dentro dos critérios elencados pela pesquisa. ZH-27 e ZH-28 podem ser classificadas na categoria *personagem* por indicarem personagens envolvidos com a realização e a promoção de eventos de estímulo ao universo empreendedor através de atividades da economia criativa, e por oferecer ao leitor um panorama da economia criativa de Porto Alegre com a delimitação de suas atividades integrantes, a partir de pesquisa realizada pelo Inovapoa/PMPA. As matérias possuem um caráter instrutivo e informativo.

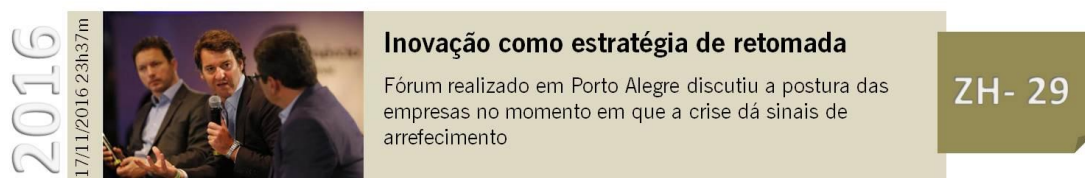


Figura 47: ZH-29. Fonte: Elaboração minha a partir de ZERO HORA (2016b).

Em ZH-29 não há vinculação direta com a economia criativa, mas a matéria destaca a importância de se apostar em inovação e criatividade como forma de solução diante do cenário de crise econômica experienciado pelo país; as proposições são otimistas

frente a um suposto arrefecimento da crise. Através da fala dos entrevistados, o setor público aparece como um obstáculo à inovação empresarial, o que é colocado como razão para que o setor seja repensado; da mesma forma, estão colocadas pelos entrevistados enquanto entraves às atividades empresariais as legislações tributárias e trabalhistas, que também deveriam sofrer modificações. A matéria ZH-29 retrata um evento já ocorrido, promovido pela Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil (ADVB-RS), que teve como tema de debate os “Caminhos para a inovação empreendedora” (ZERO HORA, 2016b). As falas dos palestrantes são reproduzidas, conformando-se como estratégia de objetivação, mas estão crivadas de valores subjetivos que reforçam a metanarrativa do empreendedorismo. Na mesma linha da metanarrativa, a matéria relata um exemplo de “história de superação” (ZERO HORA, 2016b), apresentado durante o evento na figura do presidente da JR Diesel, que teria começado sua trajetória profissional aos 11 anos, como catador de latinhas, e conseguiu chegar “ao comando da maior empresa de desmanche e reciclagem de caminhões do país” (ZERO HORA, 2016b), e que durante o evento declarou: “Saíam do lamento, parem de dar desculpas. O Brasil é um país continental, cheio de oportunidades” (ZERO HORA, 2016b). Subjaz, portanto, a ideia do trabalho como fonte para superação de desafios. Como síntese das ideias expressas no evento a matéria é concluída com frases de efeito motivador, ou orientador, proferidas pelos palestrantes durante o evento, conforme se demonstra na figura 48:

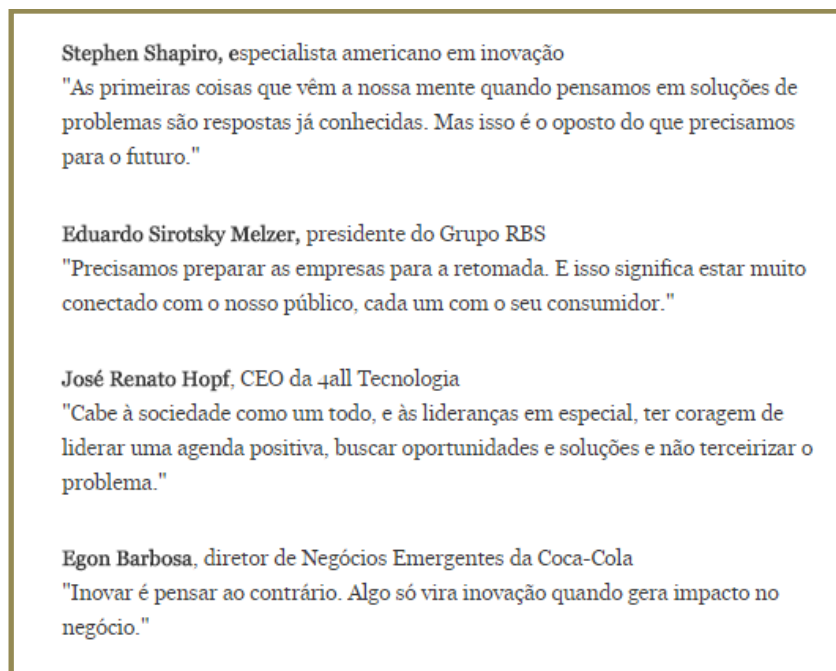


Figura 48: ZH-29. Fonte: Captura de tela site ZH Digital.

Por relatar evento promovido pela ADVB-RS com intuito de trazer ao debate as noções de criatividade e inovação aliados às concepções econômicas, ZH-29 pode ser classificada na categoria *personagem*.

O quadro 7 fornece uma síntese das análises do último conjunto de matérias, informando as categorias nas quais as matérias puderam ser classificadas e quais as estratégias comunicacionais utilizadas pelo jornalista-narrador para a transmissão dos relatos efetuados e para configuração da intriga da narrativa.

CÓD.	CONFIGURAÇÃO DA INTRIGA						METANARRATIVA	
	PERSONAGEM		ESPAÇO		TEMPO		EMP.	I.S.P.
	OBJ.	SUB.	OBJ.	SUB.	OBJ.	SUB.		
ZH-21			X	X		X		
ZH-22	X							
ZH-23			X	X				
ZH-24			X					
ZH-25					X			X
ZH-26			X	X	X			X
ZH-27	X						X	
ZH-28	X						X	
ZH-29	X						X	X
ZH-30			X	X				
ZH-31			X	X				
ZH-32			X	X				

LEGENDA			
OBJ.	ESTRATÉGIAS DE OBJETIVAÇÃO	EMP.	EMPREENDEDORISMO
SUB.	ESTRATÉGIAS DE SUBJETIVAÇÃO	I.S.P.	INEFICÁCIA DO SETOR PÚBLICO

Quadro 7: Classificação das matérias por categoria e utilização das estratégias comunicacionais. Fonte: Elaboração minha.

Todas as matérias do segundo conjunto analisado utilizam estratégias de objetivação. Neste último conjunto de matérias, há predomínio de matérias classificadas na categoria *espaço*. ZH-22, ZH-27, ZH-28 e ZH-29 foram classificadas na categoria *personagem*, pois a pauta principal das matérias pode ser compreendida desde sua abordagem enquanto conformadora da intriga a partir da atuação dos personagens, - relatada ainda que de forma pouco explicitada pelos recursos linguísticos utilizados.

A metanarrativa da ineficiência do setor público está presente em ZH-25, ZH-26 e ZH-29. Em ZH-29, está presente, também, a metanarrativa do empreendedorismo, que encontra obstáculo na metanarrativa da ineficácia do setor público com suas burocracias e legislações tributárias e trabalhistas. ZH-27 e ZH-28 também apresentam a metanarrativa do empreendedorismo. Com exceção de ZH-24, que trata de evento ocasional ocorrido no IV Distrito, todas as matérias classificadas na categoria *espaço* apresentam ambas as estratégias comunicacionais. Os relatos sobre o espaço ou espacialidades são ausentes em ZH-22, ZH-27, ZH-28 e ZH-29, classificadas na categoria *personagem*, e em ZH-25, classificada na categoria *tempo*. As matérias ZH-21, ZH-25 e ZH-26 foram classificadas na categoria *tempo*, sendo que a primeira utiliza apenas

estratégia de subjetivação, com as marcas do tempo reveladas no espaço material dado desde a percepção dos entrevistados, e as outras duas utilizando apenas estratégias de objetivação, ancorando-se na historiografia oficial do IV Distrito.

#### **4 RELATOS FINAIS: CONCLUSÃO**

O item de conclusão foi dividido em duas partes. As conclusões do item 4.1 dizem respeito às análises efetuadas no item 3.4, tendo como referência os elementos das estruturas das narrativas e as estratégias de comunicação. Ao identificar tais elementos nas matérias produzidas pelo meio jornalístico, buscou-se apresentá-lo enquanto uma possibilidade narrativa que mescla informações ficcionais e factuais, influenciando a produção e a difusão de narrativas capazes de gerar transformações sociais, políticas e econômicas.

No item 4.2, os resultados das análises são o ponto de partida para a rediscussão dos conceitos teóricos abordados no capítulo 1 e dos procedimentos metodológicos propostos nos itens 3.1 e 3.2. Desta forma, procurar-se-á avaliar a adequabilidade do método, os obstáculos enfrentados e as possíveis limitações trazidas pela metodologia proposta às análises dos dados e da problemática abordada por este estudo. Ao final das conclusões, serão apontadas, também, possibilidades de continuidade para esta pesquisa, deixadas em aberto em decorrência dos objetivos iniciais ou da delimitação teórica e metodológica utilizadas.

##### **4.1 RESSUBJETIVAÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA**

Como se verificou ao longo deste estudo, no que tange à delimitação do *corpus* analítico, foi possível identificar matérias jornalísticas de diferentes naturezas. Algumas se limitavam a noticiar eventos isolados ocorridos ou programados para ocorrer na área do IV Distrito. Estas matérias poderiam ser, em princípio, consideradas como matérias isoladas, sem conexão com outras matérias jornalísticas, mas pela proximidade temática puderam ser agrupadas em um conjunto solidário de relatos



que contribuíram para a composição da narrativa da espacialidade criativa do IV Distrito.

Ao longo da análise, pôde-se verificar, também, que as matérias se diferenciaram ainda quanto à preponderância no uso das estratégias comunicacionais (MOTTA, 2014). Quando utilizavam estratégias de objetivação, os relatos eram realizados de forma objetivada ou com referência em pré-narrativas, seja alicerçando-se na historiografia oficial ou em indicadores de pesquisa, ou ainda pela referência a pessoas ou instituições reconhecidas. Por outro lado, quando a narrativa se valia de estratégias de subjetivação, os relatos recebiam um tratamento estético que, por vezes, fazia o texto aproximar-se de uma narrativa literária. Em geral, nestes casos, tratava-se de afirmações com pouca referência, constituindo-se, muitas vezes, em relatos de opinião produzidos a partir de percepções marcadas por concepções ideológicas. Nota-se que houve uma dificuldade maior em identificar as estratégias de subjetivação, pois muitas vezes elas se encontravam encobertas por estratégias de objetivação, como nas citações diretas atribuídas aos entrevistados ou personagens que contribuíram para que a narrativa e sua intriga fossem tecidas.

O gráfico 2 apresenta uma síntese da ocorrência das matérias jornalísticas por período de publicação, conforme as categorias de composição elencadas por este estudo e conforme as metanarrativas identificadas.

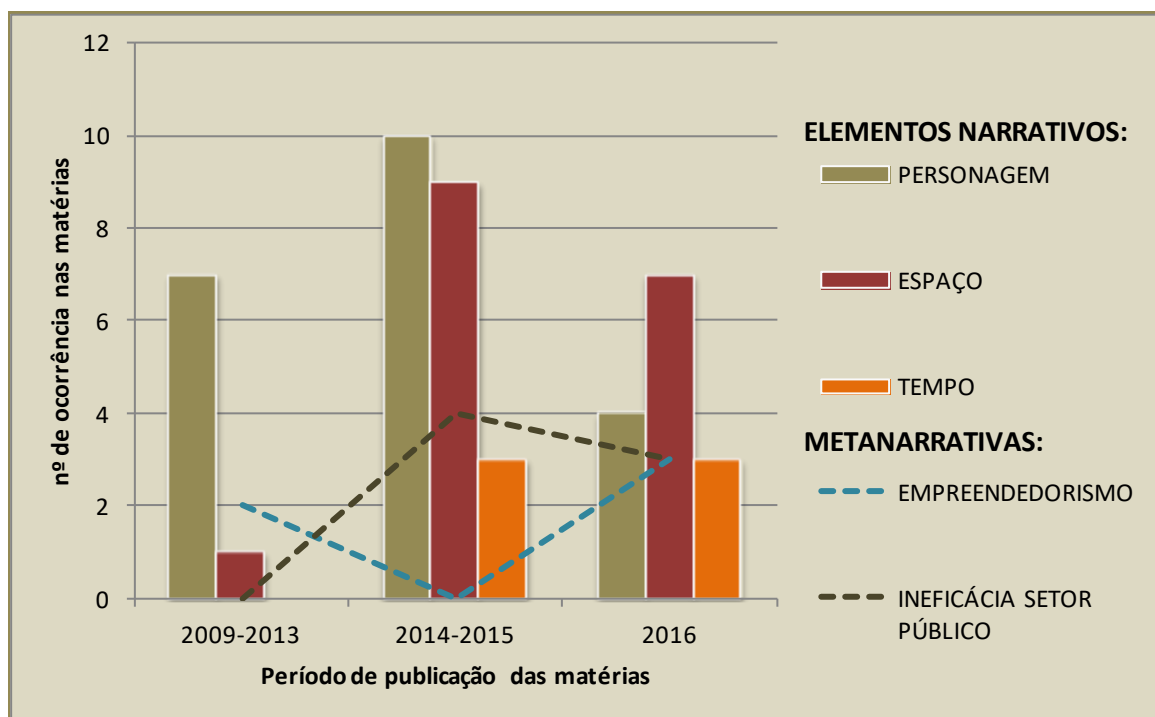


Gráfico 2: Ocorrência das categorias de análise nas matérias jornalísticas conforme período de publicação. Fonte: elaboração minha.

No que tange à configuração da narrativa jornalística, como se pode verificar com auxílio do gráfico 2, nos primeiros estágios de seu desenvolvimento, houve maior ênfase na apresentação dos personagens que contribuíram para as primeiras incursões da narrativa e da intriga. Nestas matérias, a narrativa se dedica a apresentar a economia criativa como uma possibilidade para o crescimento econômico, alicerçando-se nas ações de incentivo do Estado, em pesquisas técnicas e em relatos trazidos por especialistas estrangeiros. Apenas em ZH-05 se adiciona à narrativa uma possibilidade de espacialização que, no entanto, é deixada em suspensão. Todavia, a narrativa aponta para desdobramentos futuros, colocando o leitor na expectativa de que a cidade ganhe um novo centro cultural e de convivência a partir dos esforços colocados pelo empreendedor João Wallig na recuperação de um conjunto arquitetônico de valor patrimonial. No entanto, neste momento, a configuração da espacialidade criativa no ambiente urbano ainda não havia entrado em pauta, de modo que a vinculação entre a economia criativa e o espaço urbano e suas edificações não estava claramente posta, como verificar-se-ia nas matérias publicadas entre 2014 e 2015.

No segundo estágio de desenvolvimento da narrativa, entre 2014 e 2015, os relatos sobre o espaço se tornaram mais numerosos em comparação ao período anterior. Pode-se afirmar que, neste conjunto, a narrativa passa de um plano abstrato, no qual se manteve nas primeiras publicações, para empreender uma especulação pelo espaço ideal capaz de fornecer-lhe subsídios para a materialização da intriga da narrativa, para a sua transposição da dimensão interna da narrativa para a dimensão externa. Novos personagens passam a ser apresentados pela narrativa, num movimento que integra personagens de diversos setores da sociedade, com espaços e situações que envolvem o IV Distrito, e onde a criatividade se faz, de alguma forma, presente. Esta sequência de matérias, que se dedica intensamente ao trabalho de instaurar uma identidade criativa ao IV Distrito, justificada pelas iniciativas de artistas e empreendedores que atuam no local, vai culminar com o relato da proposta de isenção fiscal para a implantação de atividades ligadas à economia criativa no IV Distrito. Está em questão a fixação de uma identidade que se ancora na vocação passada e futura da área, agora garantida por instrumentos legislativos.

No último estágio de desenvolvimento da narrativa, com as publicações do ano de 2016, a espacialidade criativa do IV Distrito já está configurada e os relatos sobre o espaço ainda são numerosos, embora sejam relatos de lugares ou eventos criativos especializados no IV Distrito, e são efetuados de forma objetivada. Sua vinculação com a intriga da narrativa é menos direta do que fora no segundo estágio de desenvolvimento da narrativa. Neste estágio, ganham relevância as narrativas sobre o tempo. O futuro é pensado e requisitado desde o tempo do presente, entrando, assim, em um processo de coconstituição da história. Por sua vez, neste conjunto de matérias, a intriga é reforçada pelas projeções para o futuro e também se nota uma necessidade de reiterá-la diante das eleições municipais de 2016 e diante das instabilidades políticas e econômicas que marcaram a historiografia do país no ano de 2016. Este fator é bastante evidente em ZH-22, em que os procedimentos operados pelo jornalista-narrador são primordiais para reforçar a base da intriga da narrativa através da articulação da ideia da cultura como setor estratégico para o crescimento da economia, em um momento em que as políticas públicas para o setor, que começavam a se delinear nos últimos anos, estavam sendo postas em xeque pela

iminência da extinção do Ministério da Cultura, ministério ao qual se vincula, no Brasil, a Secretaria de Economia Criativa.

Em síntese, a narrativa operada pelo jornal Zero Hora coloca Porto Alegre, a partir de seus indicadores sociais e econômicos, em uma posição privilegiada para o crescimento econômico, através do investimento financeiro ou do fomento por políticas públicas voltados à economia criativa. A partir destas colocações, a narrativa dialoga tanto com potenciais investidores do setor da economia criativa como também com potenciais empreendedores criativos. Criatividade e inovação são noções que perpassam boa parte do conjunto de matérias; o destaque conferido a estas qualidades é proveniente das habilidades requisitadas pela prática empresarial. A economia criativa, que conceitualmente é bastante imbricada às noções de criatividade e inovação, é claramente narrada como uma abordagem econômica que está em construção, pelo menos até ZH-14, quando parece já ter sido delimitada. Transparece na narrativa uma recorrente tentativa de delimitação de seus contornos, descritivamente e através de recursos gráficos. Nota-se, também, uma imprecisão na utilização da própria nomenclatura, que dever-se-ia imputar ao conjunto de setores criativos. De qualquer forma, independentemente da abordagem conceitual conferida à economia criativa, ela é apresentada como uma solução em tempos de crise econômica, sendo necessário para o seu crescimento estar integrada a uma ambiência cultural e colaborativa. Além disso, estabelece-se, também, a ideia de que a economia criativa é uma porta de entrada de criativos no mundo do empreendedorismo. Assim, a criatividade, fonte de recursos para o mercado da atual fase de desenvolvimento do capitalismo, deixa de estar à mercê dos impulsos e desvarios, - estigmas pejorativamente atrelados à figura dos criativos -, para ser coordenada, orquestrada e subordinada pela prática do empresariamento. Estas são algumas das bases socioeconômicas acionadas pelo narrador-jornal para a constituição da intriga da narrativa e, também, em alguma medida, de seus personagens.

Grande parte das matérias tem como estratégia de objetivação mais representativa, em termos quantitativos e de importância para a constituição da intriga, devido à interposição com estratégias de subjetivação, os depoimentos dados por profissionais

que, ancorados em suas expertises, reforçam a instauração da metanarrativa do *ethos* empreendedor proveniente da cultura empresarial na qual estão inseridos. Como decorrência desses relatos, o caráter configuracional da intriga pode ser atribuído à combinação de dois movimentos principais: um movimento que introduz a definição de uma nova concepção de aglutinação de setores econômicos criativos, a partir de estratégias comunicacionais de objetivação, como no uso de estatísticas elaboradas por instituições de pesquisa nacional ou mundialmente reconhecidas, que são utilizadas pelo jornalista-narrador como uma base de referencialidade no mundo externo à narrativa; e o segundo movimento, que extrai exemplos locais de atividades econômicas ligadas às definições e aos indicadores da economia criativa apresentadas no primeiro movimento. A partir deste segundo movimento, começa a entrar em pauta, também, a metanarrativa da ineficácia do setor público, que se torna mais presente quando a narrativa transcorre em tramas mais estreitas com a dimensão espaço-temporal, quando se realiza a localização das atividades criativas, em que são destacadas as características espaço-temporais que estão em consonância com a ambiência desejada pela classe criativa e pelos empreendedores urbanos. Destaca-se que o fundo moral constituído pela metanarrativa da ineficácia do setor público ocorre apesar das concessões e das políticas de fomento ao setor privado instituídas pelo setor público.

Observa-se que as estratégias de subjetivação estavam presentes em todas as matérias em que as metanarrativas foram encontradas. No caso de ZH-28, por exemplo, classificada na categoria *personagem*, embora tenha sido identificada como narrada por estratégias de objetivação, com referenciação em pesquisas sobre o cenário da economia criativa em Porto Alegre, a metanarrativa do empreendedorismo, que é citada logo na primeira frase do lide, parte de uma concepção subjetiva, que não vincula o empreendedorismo a demandas de mercado, por exemplo. A ação empreendedora é colocada pela jornalista-narradora como um fim que se justifica por si mesmo: “A economia criativa costuma ser uma importante porta de entrada no universo do empreendedorismo” (SFREDO, 2016). Neste caso, não há qualquer desenvolvimento em profundidade da ideia lançada, trata-se apenas da inserção pontual de uma afirmação categórica, aparentemente desvinculada do restante da

texto da matéria e que poderia passar despercebida caso a metanarrativa do empreendedorismo já não tivesse sido identificada em matérias precedentes.

As análises realizadas pretendiam dedicar especial atenção à compreensão dos sentidos atribuídos ao espaço e ao tempo pela narrativa jornalística. Identificou-se que, para a atribuição de sentido do espaço e do tempo, foram utilizadas tanto estratégias de subjetivação como também de objetivação. Mas mais importante do que esta observação é que, para a atribuição de sentido do espaço e do tempo, foi preciso, primeiramente, que a narrativa pusesse em marcha as estratégias comunicacionais na direção da configuração da intriga, em que a narrativa pôs em destaque um panorama socioeconômico tanto em nível global como local, e, a partir daí, passa a enfatizar as características da nova abordagem de setores econômicos em termos de ambiência desejada ao seu fomento – um ambiente inspirador, proporcionado pela presença da classe criativa (FLORIDA, 2011 [2002]) e, com menor destaque, pela presença de tipologias arquitetônicas e morfologias urbanas de identificado valor cultural, que são considerados como elementos atratores para a classe criativa. Com base nessas prerrogativas, efetiva-se a eleição de um *lócus* que, por sua vez, possibilita a continuidade da narrativa na direção da configuração da intriga. No entanto, para que a intriga se transponha do mundo interno da narrativa para o mundo externo, foi necessário colocar em curso a desconstrução da imagem do espaço do IV Distrito como *lócus* da violência e da degradação social, numa argumentação de que estes fatores afastam a classe criativa, não apenas do *lócus* elegido, mas também da cidade de Porto Alegre. Com as análises efetuadas, observa-se que não há exatamente uma predominância quantitativa nos dizeres dos elementos temporais, mas há, sim, uma ênfase na necessidade de construção de um futuro único e ideal que, para justificá-lo enquanto única possibilidade, a narrativa, desde a perspectiva do presente, necessita ancorar-se em uma referencialidade historiográfica do passado. Além disso, essa ênfase em um ideal de futuro, que viria a superar o tempo de estagnação, que é possibilitada pela percepção linear e progressiva do tempo e que se efetiva discursivamente através da narrativa, é o que vai conduzir o olhar do leitor, tendo como referência relatos que buscam as marcas do tempo encontradas nas materializações do espaço e a subjetivação das identidades do

espaço, pretéritas, presentes e futuras. A ênfase dada ao tempo conduz à busca por sua empirização, que é efetivada na leitura das materializações do espaço.

É no segundo estágio de desenvolvimento da narrativa que é possível verificar a continuidade historiográfica da área sendo construída desde relatos efetuados no tempo do presente (CERTEAU, 1994), valendo-se das características que lhe foram imputadas em sua historiografia oficial e das novas possibilidades trazidas pelas configurações socioeconômicas do capitalismo atual (LIPOVETSKY E SERROY, 2015) que são destacadas pela narrativa.

Torna-se imperativo observar, ainda, que a interatividade que a experiência com a plataforma digital da imprensa jornalística proporciona não autoriza a afirmação da existência de uma recepção cronológica, progressiva no tempo das matérias publicadas, o que, alinhado à proposição de Ricoeur (1994 [1983]) da necessária compreensão da narrativa a partir de uma descronologização, não invalida a compreensão do discurso jornalístico enquanto uma narrativa, uma vez que mais imperativo do que o ordenamento cronológico dos fatos é o ordenamento lógico da narrativa. O acesso às matérias através das redes online, e portanto sua recepção pelo leitor, pode se efetivar em um ordenamento diferenciado do ordenamento sequencial de publicação, principalmente em se tratando de leitores não habituais; também por estes motivos não é necessário que a análise da narrativa jornalística obedeça, obrigatoriamente, a uma sequência cronológica de publicação, embora, neste estudo, em grande parte, tenha-se optado por este ordenamento.

#### **4.2 ALINHAVANDO AS TRAMAS TEÓRICAS**

Para tomar o discurso jornalístico como uma narrativa, foi necessário, primeiramente, enfrentar um paradigma da literatura segundo o qual o desenvolvimento da imprensa, junto ao avanço da sociedade urbano-industrial, teriam levado à morte da arte de narrar e à dissolução da figura clássica do narrador. A partir da abordagem de Ricoeur (1995 [1984]), passa-se a considerar não o fim da narratividade, mas uma modificação das múltiplas possibilidades de narração, a partir da substituição das práticas do

narrador clássico pelas práticas das forças produtivas (BENJAMIN, 1985 [1934]), que passam a reger e a produzir a informação através do advento da imprensa. Secundariamente, a proposta de análise da narrativa foi seguida pelo entendimento de que ao narrar, os narradores utilizam estratégias de comunicação pra que seja conferido credibilidade aos fatos narrados a ponto de possibilitar à narrativa a capacidade de configuração da História. Tal entendimento trouxe para o primeiro plano a necessidade de explicitar pontos fundamentais e recorrentes nas narrativas em que as estratégias de comunicação são acionadas. Assim, de uma forma não prevista inicialmente, a abordagem da narrativa a partir dos seus elementos de composição (intriga, personagem, espaço e tempo) ganha relevância desde a elaboração do método de pesquisa o que justifica-se pela necessidade de operacionalização dos dados coletados e de delimitação do corpus de análise, respaldado por referencial teórico. Esta evidência aponta para a possibilidade de aprofundamento dos marcos teóricos propostos no capítulo 1 deste estudo, principalmente no que se refere à compreensão da intriga das narrativas e a proposta de distinção, para fins de filtragem, entre sua dimensão configuracional e episódica.

Observa-se ainda que os procedimentos de método propostos não procuraram colocar diferentes narrativas em confronto dialógico. O que se propôs neste estudo foi a análise da tessitura de uma narrativa que contribui para a fixação do espaço narrado, ainda que se reconheça aqui que não existe unicidade socioespacial ou mesmo econômica na área estudada, e ainda que haja divergências relatadas, conflitos e impasses – evidenciados, inclusive, pelas matérias jornalísticas, mas sobre os quais pairam diferentes formas de tratamento linguístico e lógicas de atribuição de sentido que reforçam a finalidade da narrativa.

Segundo Benjamin (2009 [1982]), a partir do uso de contrastes dialéticos, é possível “recriar-se sempre a vida de novo” (p. 501). Assim, quando a narrativa apresenta situações contrastantes, a sequenciação operada pela narratividade conduz o leitor à aceitação dos fatos agenciados conforme estes se apresentam e se desenvolvem na narrativa. Nesta operação de assimilação e refiguração das discordâncias a narrativa



atinge ainda uma maior potência configuracional da intriga, constituindo sua completude e totalidade.

Os procedimentos de pesquisa realizados permitiram concluir, ainda, que as estratégias comunicativas atuam de forma inter-relacional com estratégias de espacialização, culminando com a constituição de uma identidade espacial e no estabelecimento da espacialidade criativa, novamente, provocando e construindo a História. É desta forma que o jornal atua como uma importante força produtiva (BENJAMIN, 1985 [1934]) nos tempos atuais, induzindo a configuração de espacialidades, residindo aí a relevância de sua problematização para os estudos territoriais.

Considera-se que a narratividade é uma trajetória, uma caminhada efetuada por e sobre relatos (CERTEAU, 1994), em que o caminho se constrói no tempo do presente. A palavra proferida visa a comunicação de uma mensagem, que tem, obrigatoriamente, uma intencionalidade. Conforme a narrativa avança, vai constituindo o passado e criando conexões para o futuro, rumo à consolidação da intenção narrativa. É nesta compreensão que narratividade e temporalidade se revelam como mutuamente implicadas (RICOEUR, 1995 [1984]). A atividade narrativa traz sempre consigo uma referencialidade temporal; na narratividade o espaço ideal da narrativa pode estar abstraído, como no caso das primeiras matérias analisadas, mas o tempo se faz presente no uso dos verbos. Mesmo que não existam conectivos temporais na narrativa, é possível compreender se o que está sendo narrado é um acontecimento passado, presente ou futuro e é quando aponta para o futuro, com referencialidade a um passado específico, que a narrativa adquire um caráter de configuração da História, a partir da seleção de determinadas características do espaço-tempo e da sociedade.

O resultado da pesquisa mostra, também, que a prescrição da espacialidade criativa do IV Distrito, orquestrada pela narrativa jornalística do jornal Zero Hora, e em parceria com os instrumentos e políticas públicas de fomento à economia criativa, pode ser entendida como um mecanismo de (re)produção do espaço de acordo com os imperativos preconizados por essa nova abordagem de setores econômicos e pelo

desejo de reinserção do território às dinâmicas do mercado de terras. Para conquistar a possibilidade da (re)produção do espaço, no caso analisado, a narrativa é construída de forma a fomentar as duas variáveis que orientam a formação do mercado, consumo e produção. Conforme Hamnett (1991), em sua abordagem sobre a teoria da gentrificação, os promotores do espaço urbano não realizam investimentos se não houver uma demanda para o espaço produzido. É sob esta perspectiva que é possível entender a prática orquestrada pelo jornal Zero Hora ao veicular a narrativa da espacialidade criativa do IV Distrito, com a qual, a partir dos relatos do jornal, pretende-se moldar não apenas o espaço físico, mas também o espaço social. No caso do jornal Zero Hora, a constituição do fenômeno interessa diante das duas frentes de atuação do grupo empresarial que, conforme já explicitado no capítulo anterior, tem atuação no mercado de terras e, recentemente, passou a atuar, também, como investidor de empresas *startups* da área de tecnologia, o que, inclusive, assim como a atividade principal do grupo empresarial, integra as atividades econômicas abarcadas pela economia criativa.

Conforme Certeau (1994), alguns relatos marcham à frente das práticas sociais, abrindo espaço para sua efetivação. No caso estudado, para que o espaço social e, em decorrência, o espaço físico sejam moldados, é preciso que os criativos se identifiquem enquanto um agrupamento social. Por esse motivo, também são recorrentes as matérias que pretendem dar conta dos limites conceituais e das atividades que integram a economia criativa.

Em paralelo, em sua narrativa, o jornal reforça de uma forma quase mítica a imagem de um passado (ZUKIN, 2000) de progresso e apogeu do IV Distrito para induzir a sua resignificação mediante a imagem de abandono e degradação social que foi atrelada a ele desde que passou a sofrer com a evasão das grandes empresas que haviam se instalado no período de industrialização. Essa mudança de sentido facultado ao espaço do IV Distrito se realiza através do destaque à presença de uma parcela da classe criativa (FLORIDA, 2011 [2002]) local. A necessária fixação da classe criativa em Porto Alegre, bastante propalada nas matérias jornalísticas e que também encontra respaldo nas teorias de Florida (2011 [2002]), interessa não apenas para o crescimento

econômico da cidade, mas interessa, principalmente, pela possibilidade de que esta venha a se tornar uma massa de consumidores para um espaço que se pretende vincular à identidade criativa. Então, tomado enquanto um potencial produto de consumo, passa-se a requisitar do espaço sua consonância com os ideais artísticos e culturais valorizados pela classe criativa, seus potenciais consumidores. Por trás dessa requisição, estão os imperativos da valorização fundiária possibilitadas não apenas por melhorias em infraestrutura e equipamentos urbanos como na Porto Alegre do século XX, mas também pelos sentidos simbólicos imputados ao espaço, com a fixação de uma identidade criativa, a partir do que é possível compreender as ações do narrador como uma tentativa de atribuir novos conteúdos às formas presentes no espaço, através da modificação de sua significação e de seu valor sistêmico (SANTOS, 2014 [1996]).

Outro ponto que entra em questão é que as políticas públicas de fomento à economia criativa estão sendo instrumentalizadas para uma forma de gestão e intervenção no território que se vale de práticas de produção do espaço semelhantes às já criticadas práticas de ordenação territorial instituídas pelo pensamento modernista, com a especialização de territórios, higienização social e dinâmicas segregadoras, e com processos pouco participativos. São, portanto, práticas anacrônicas e contraditórias aos preceitos do discurso da economia criativa, pautados por ideais de inclusão social e de desenvolvimento sustentável. As práticas que se instituem são operadas por uma variedade de associações entre diversas instâncias públicas e o setor privado que são muito pouco evidenciadas e minimamente publicizadas, assim não deixando claro os interesses que regem as proposições das políticas da criatividade.

Todavia, apesar das conexões pouco evidentes, verifica-se uma subordinação dos aparatos públicos, inclusive das entidades de pesquisa, das universidades federais, e dos instrumentos regulatórios e normativos propostos pelo Estado, aos interesses e ingerência dos setores privados articulados em rede (DIAS, 2000) e, algumas vezes, também articulados com empreendedores locais, como no caso do Distrito Criativo, que possuem maior domínio e inserção nas comunidades locais. A cooptação dos aparatos públicos pelo setor privado resulta no encolhimento das funções públicas

pela privatização das condições urbanas. Como poder-se-ia esperar, a cooptação das funções públicas se dá ao mesmo tempo em que essa prática é legitimada pelo reforço da metanarrativa da ineficiência do setor e das políticas públicas, que é alimentada pela imprensa.

As formas de subordinação dos aparatos públicos incluem desde mapeamentos realizados pela municipalidade, diretamente pelos seus técnicos ou pela contratação de consultorias, como no caso do mapeamento do potencial de renovação do IV Distrito (anexo III), até a contratação de uma Universidade Federal para a realização do Masterplan de Revitalização Urbana via Reconversão Econômica do IV Distrito, propondo novas medidas regulatórias que alteram os parâmetros urbanísticos de ocupação e uso do solo e uniformizam os condicionantes de aprovação de projeto, dando garantia aos investidores e empreendedores urbanos de um tratamento isonômico para empreendimentos realizados no IV Distrito em troca de medidas mitigadoras. Desta forma, também, a aprovação de projetos especiais de impacto urbano, através da implementação de uma Operação Urbana Consorciada, deixa de estar ao sabor das discontinuidades das políticas de governo, uma vez que a prática de aprovação de projetos especiais de impacto urbano está subordinada à avaliação por comissões de análise urbanística em acordo com os, por vezes sujeitos a interpretações, regramentos do PDDUA.

Por outro lado, uma vez que as condições para a manutenção da vida urbana deixam de ser consideradas atribuições de um Estado mediador, faz crescer a metanarrativa do empreendedorismo ou do autoempresariamento que tem acompanhado os discursos da economia criativa. A metanarrativa do empreendedorismo costuma encobrir as precariedades das condições de trabalho, que em geral acompanham as profissões criativas, e a incapacidade do mercado de absorção de uma mão de obra com elevado nível de especialização. No caso das políticas para economia criativa, como argumenta Rizek (2016), a aceitação e a naturalização do empreendedorismo são promovidas não só pela propagação da sua ideologia, como se vê operado pelo jornal Zero Hora, mas também “por meio de um vocabulário e de uma gramática que percorrem o processo que vai da formulação à operação de programas que se

apresentam como virtuosos, integradores, inclusivos, vinculados a um horizonte de conquistas de direitos” (p. 211).<sup>53</sup>

No caso das intervenções de reurbanização, principalmente as justificadas por leituras economicistas do espaço, é preciso considerar as estruturais desigualdades econômicas, sociais e espaciais do cenário brasileiro – desigualdades não tão distintas das encontradas em Porto Alegre, em que pese seu satisfatório posicionamento no índice de criatividade desenvolvido pela Fecomércio-SP. O índice de criatividade das cidades utilizado para referenciar a narrativa e conformar a intriga não dá conta da radiografia social da distinção e dos segmentos urbanos para os quais se propõe uma reestruturação territorial e produtiva incitada por parcerias público-privadas. Da mesma forma, as propostas de novas regulações por parte da municipalidade também parece ignorar as desigualdades presentes na área do IV Distrito, ou em suas adjacências, como se verifica ao se comparar o IDHM do bairro Moinhos de Vento (0,958) ao IDHM do Loteamento Santa Terezinha (0,482), no bairro Floresta (0,835). Parece ignorar, também, por uma constante repetição da historiografia de abandono da área do IV Distrito pelas grandes empresas, que a área em questão conserva, ainda, atividades econômicas de naturezas diversas, e não só aquelas poucas atividades relacionadas à economia criativa mapeadas pelo projeto Distrito Criativo ou pelo mapeamento online lançado pela PMPA, o que demonstra que a área possui uma realidade muito distinta da experienciada por cidades como Detroit<sup>54</sup>, por exemplo, com processo de desindustrialização bastante intenso.

É diante da variedade de relações e processos presentes no território do IV Distrito que se argumenta que os modos de dizer espaço precisam contemplar sua multiplicidade para que não sejam reestruturadores da desigualdade. A fixação do espaço a partir de uma representação possibilitada por uma identidade elegida dentre tantas possibilidades se opera através de práticas de apropriação cultural (ZUKIN, 2000) de comuns urbanos (HARVEY, 2014 [2012]), acabando por conformar uma

---

<sup>53</sup> Observa-se que a preocupação com a dimensão trabalhista se torna ainda mais presente diante da possibilidade de aprovação da PLC 30/2015, que “dispõe sobre o contrato de prestação de serviço a terceiros e as relações de trabalho dele decorrentes” (SENADO.LEG).

<sup>54</sup> Ver FOLHA.

dualização entre aqueles que são desejáveis (classe criativa e seus seguidores) às dinâmicas da produtividade e da reprodução de capitais (BOURDIEU, 2015 [1979]) e os outros (catadores de recicláveis, profissionais do sexo da rua, imigrantes, vendedores ambulantes, movimentos sociais de luta pela moradia etc.). Outros que, diante da reprodução das estruturas do espaço físico e social (BOURDIEU, 1997a), permanecem pouco integrados, quando não completamente à margem das políticas públicas de fomento à economia criativa. E, para além disso, permanecem, junto aos demais territórios da cidade, eclipsados pelas formas de narrar e constituir a História.

Como consideração final, torna-se imperativo observar que depurar as características e os múltiplos devires do espaço faz parte de uma estratégia da imprensa para a configuração da intriga diante da necessidade de que a narrativa pudesse transcorrer sem obstáculos que tirassem a credibilidade e a viabilidade de sua materialização no espaço urbano. Destaca-se que a intriga, no caso estudado, configurou-se pela instauração da espacialidade criativa no IV Distrito com base na espacialização, ou ainda no extremo, a partir de uma especulação pela espacialização de atividades da economia criativa, o que se entende ter como finalidade a reinserção do território do IV Distrito nas dinâmicas fundiárias de valorização do solo a partir da promoção de projeto de reurbanização pautado em novos valores simbólicos atribuídos ao espaço e a seus elementos de composição.

Por fim, salienta-se que foram identificadas algumas possibilidades de continuidade para este estudo como, por exemplo, I) estudo sobre as formas de parceria entre o setor público e o privado, com identificação dos atores e suas participações nos processos de proposição dos instrumentos jurídicos e de políticas públicas para a economia criativa e dos mecanismos de financiamento utilizados para a execução de políticas urbanas; II) análise da recepção da narrativa jornalística, a partir de entrevistas com leitores do jornal e/ou a partir de postagens na área de comentários disponibilizados pela plataforma online, visando à compreensão sobre a constituição de subjetividades individualizadas ou coletivas; III) mapeamento das propriedades dos imóveis do IV Distrito, novos empreendimentos imobiliários e a verificação de eventuais mudanças no perfil socioeconômico dos moradores; IV) retrato e penetração

das políticas públicas para a economia criativa, ou ausência delas, em bairros periféricos de população de baixa renda; V) estudo com viés da História cultural, explicitando narrativas alternativas e fragmentos de histórias eclipsadas pela historiografia oficial.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Júlia. Tô na Rua promove evento no bairro Floresta neste sábado (13/8). Zero Hora, Porto Alegre, 12 agosto 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/opiniao/colunistas/rede-social/noticia/2016/08/to-na-rua-promove-evento-no-bairro-floresta-neste-sabado-13-8-7247046.html>>. Acesso em: 26 março 2017.
- ANJ.ORG. Associação Nacional de Jornais. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em: 13 março 2017.
- ARAÚJO, F. G. B. 2007. "Identidade" e "Território" enquanto simulacros discursivos. In: Araujo, F. G. B. e Haesbaerth, R. Identidades e territórios: questões e olhares contemporâneos. Rio de Janeiro, Access.
- BAKHTIN, Mikhail. Questões de literatura e estética: a teoria do romance. Tradução Aurora F. Bernardini et al. 4ed. São Paulo: Ed. Unesp/Hucitec, 1998 [1975].
- BECK, Matheus. Faculdade de Arquitetura da PUCRS envolve alunos em ações no 4º Distrito, em Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 10 abril 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2014/04/faculdade-de-arquitetura-da-pucrs-envolve-alunos-em-aco-es-no-4-distrito-em-porto-alegre-4471000.html>>. Acesso em: 26 março 2017.
- BECKER, Howard. Métodos de pesquisas em ciências sociais. Tradução Marco Estevão e Renato Aguiar. 4.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BENJAMIN, Walter. O autor como produtor. Conferência pronunciada no Instituto para o Estudo do Fascismo, em 27 de abril de 1934. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: histórias sobre literatura e história da cultura. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1985 [1934].
- \_\_\_\_\_. O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: histórias sobre literatura e história da cultura. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1985 [1936].
- \_\_\_\_\_. Passagens. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009 [1982]
- BIDOU-ZACHARIASEN, Catherine. De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas públicas de “revitalização” dos centros urbanos. 1ª.ed. São Paulo: Annablume, 2006.
- BOITO JÚNIOR, Armando. A Hegemonia Neoliberal no governo Lula. In. Revista Crítica Marxista, vol. 17, pp. 10-36, Campinas, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. Tradução Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. Porto Alegre, RS: Zouk, 2015 [1979].
- \_\_\_\_\_. Efeitos de lugar. In: BOURDIEU, Pierre (org.). A miséria do mundo. Rio de Janeiro: Vozes, 1997a
- \_\_\_\_\_, et al. O ofício de sociólogo. México: Siglo Veintiuno Editores, 2007 [1987].
- \_\_\_\_\_. Sobre a televisão. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997b.
- BRANDÃO, H. N. Enunciação e construção do sentido, in Figaro, Roseli. Comunicação e Análise do Discurso. São Paulo; Contexto, pp. 19-43; 2012.
- BRASIL. Estatuto das cidades. Presidência da República. Distrito Federal, 2001.
- BRASIL. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, 2011.



BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Cinco modelos de capitalismo. Texto para Discussão EAESP/Fundação Getúlio Vargas No. 280. São Paulo, maio de 2011.

CÂMARA.POA. Câmara Municipal de Porto Alegre. Disponível em: <<http://projetos.camarapoa.rs.gov.br/processos/126677>>. Acesso em: 30 agosto 2016.

CLASSIC.MAPME. Poa Economia Criativa. Disponível em: <<https://classic.mapme.com/-poa-economia-criativa>>. Acesso em: 26 março 2017.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano, vol. 1 - artes de fazer. Petrópolis. Vozes, 1994.

COLUSSI, Joana. Especialistas apresentam modelos eficientes para estimular economia criativa. Zero Hora, Porto Alegre, 30 outubro 2012a. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2012/10/especialistas-apresentam-modelos-eficientes-para-estimular-economia-criativa-3934743.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

COLUSSI, Joana. Pesquisa revela que Porto Alegre é a segunda cidade mais criativa do Brasil. Zero Hora, Porto Alegre, 13 abril 2012b. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2012/04/pesquisa-revela-que-porto-alegre-e-a-segunda-cidade-mais-criativa-do-brasil-3725859.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

COLUSSO, Izabele. Forças regionais, formas urbanas e estrutura interna da cidade: um estudo de relações. Tese de doutoramento. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de pós graduação em planejamento urbano e regional, Porto Alegre, 2015.

CORDEIRO, Rui M. Os projetos de desenvolvimento do Brasil contemporâneo. Revista de Economia Política, vol.34, nº 02, p.230-248, 2014.

DCMS. Creative Industries Mapping Documents. Department for Culture, Media & Sport. Reino Unido, 2001. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> . Acessado em 05 abr 2016.

DIAS, Leila. C.. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). Geografia: conceitos e temas. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

DISTRITO CRIATIVO. Distrito Criativo de Porto Alegre. Disponível em: <<https://distritocriativo.wordpress.com/>>. Acesso em: 26 março 2017

e.BricksDigital. e.Bricks Digital. Disponível em: <<http://www.ebricksdigital.com.br/a-companhia/acionistas/>>. Acesso em: 21 fevereiro 2017

FARINA, Erik. Espanhóis debatem na Capital indústria criativa. Zero Hora, Porto Alegre, 24 setembro 2012. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2012/09/espanhois-debatem-na-capital-industria-criativa-3895170.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

FECOMÉRCIO-SP. Lançamento do índice de criatividade das cidades. São Paulo, 2012.

FELIN, Bruno. Quarto Distrito espera há pelo menos 30 anos por uma revitalização. Zero Hora, Porto Alegre, 15 novembro 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2014/11/quarto-distrito-espera-ha-pelo-menos-30-anos-por-uma-revitalizacao-4643635.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

FERNANDES, Ana C.. Cemitérios industriais. Contribuição para a análise espacial da metrópole de Porto Alegre - RS/Brasil. Tese de doutoramento. IGEO/UFRGS, 2013.

FERREIRA, Claudino. *Cultura e Regeneração Urbana: novas e velhas agendas da política cultural para as cidades*. Tomo, 2010.

FIX, Mariana. A "fórmula mágica" da parceria público-privada: Operações Urbanas em São Paulo. In: Schicchi, M. C; Benfatti, D.. (Org.). *Urbanismo: Dossiê São Paulo - Rio de Janeiro*. 1ed.Campinas: PUCCAMP/PROURB, 2004, v. , p. 185-198.

FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa*. Tradução Ana Luiza Lopes. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011 [2002].

FOLHA. Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2016/05/1766094-detroit-corresponde-a-obsessao-pelas-ruinas-na-cultura-pop-contemporanea.shtml>>. Acesso em: 26 março 2017

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Tradução Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013 [1969].

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas : uma arqueologia das ciências humanas*. Tradução Salma Tannus Muchail. 8ª ed. São Paulo : Martins Fontes, 1999 [1966].

GLASS, Ruth. *London: aspects of change*. London: MacGibbon & Kee, 1964.

GONZATTO, Marcelo. Qual o futuro de Porto Alegre? Zero Hora, Porto Alegre, 01 outubro 2016a. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/10/qual-o-futuro-de-porto-alegre-7623504.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

GONZATTO, Marcelo. Quarto Distrito abriga projetos para o futuro de Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 01 outubro 2016b. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/10/quarto-distrito-abriga-projetos-para-o-futuro-de-porto-alegre-7623517.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

GRABAUSKA, Fernanda. Curta Bike mistura cinema e pedalada no Distrito Criativo a Capital. Zero Hora, Porto Alegre, 21 agosto 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/08/curta-bike-mistura-cinema-e-pedalada-no-distrito-criativo-da-capital-4829257.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

GRUPORBS. Grupo RBS. Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/areas-de-atuacao/>>. Acesso em: 21 fevereiro 2017.

GUIMARAENS, Rafael. *A enchente de 41*. 1ª ed. Porto Alegre: Libretos, 2009.

HAMNETT, Chris. The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series*, v. 16, n. 2, p. 173-189, 1991.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume Editora, 2005 [2001].

\_\_\_\_\_. *Cidades rebeldes. Do direito à cidade à revolução urbana*. Tradução Jeferson Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2014 [2012].

\_\_\_\_\_. *Condição pós-moderna*. São Paulo, SP: Edições Loyola Jesuítas, 2014 [1989].

\_\_\_\_\_. *Paris capital da modernidade*. Tradução: Magda Lopes. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2015 [2003].

IBM. International Business Machines. Disponível em : <<https://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/39396.wss>>. Acesso em: 26 março 2017.

INOVAPOA. *Porto Alegre criativa. Plano Municipal de Economia Criativa*. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Gabinete de Inovação e Tecnologia. Porto Alegre, 2014.

JACOBS, Jane. Morte e vida de grandes cidades. 2ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009 [1961].

KASTNER, Tássia. Semana ARP terá debates sobre a indústria criativa e premiará melhores trabalhos do ano. Zero Hora, 05 novembro 2011. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2011/11/semana-arp-tera-debates-sobre-a-industria-criativa-e-premiara-melhores-trabalhos-do-ano-3552191.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

LEFEBVRE, Henri. A revolução urbana. Tradução de Sérgio Martins. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999 [1970].

LEITE, Rogério P.. Localizando o espaço público: Gentrification e cultura urbana. Revista crítica de Ciências Sociais, 83. Dezembro de 2008, p. 35-54.

LEY, David. Artists, Aestheticisation and the Field of Gentrification. Urban Studies, v.40.No. 12, 2527–2544, 2003.

LIDERMANN, Cristiane. O jornal Zero Hora e seus leitores no contexto de convergência jornalística. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles; SORROY, Jean. A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das letras, 2015.

MARICATO, Ermínia. O impasse da política urbana no Brasil. 3ª ed. Petrópolis, RJ. Ed. Vozes, 2014.

MARTINS, Luísa. Porto Alegre está no mapa da Economia Criativa. Zero Hora, Porto Alegre, 17 abril 2015a. Disponível em: < <http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2015/04/porto-alegre-esta-no-mapa-da-economia-criativa-4741927.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

MARTINS, Luísa. Prefeitura quer identificar polos de economia criativa em Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 17 abril 2015b. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2015/04/prefeitura-quer-identificar-polos-de-economia-criativa-em-porto-alegre-4741984.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

MARZULO, Eber. O espaço dos pobres. Identidade social e territorialidade na modernidade tardia. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2005.

\_\_\_\_\_ et al. O imbróglio sobre as favelas e a instauração do real. In: Encontro Nacional Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 2015, Belo Horizonte. XVI ENANPUR Espaço, Planejamento e Insurgências: Alternativas Contemporâneas para o Desenvolvimento Urbano e Regional, 2015.

MASSEY, Doreen. Pelo espaço. Uma nova política da espacialidade. 5ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2015 [2005].

MAYNART, Renata. Vila Flores, que estará na Bienal de Arquitetura de Veneza, é espaço para artistas, designers e arquitetos. Zero Hora, Porto Alegre, 20 maio 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/arte/noticia/2016/05/vila-flores-que-estara-na-bienal-de-arquitetura-de-veneza-e-espaco-para-artistas-designers-e-arquitetos-5805229.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

MEDEIROS, Luísa. Conjunto de casas pode virar centro de cultura em Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 27 julho 2012. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2012/07/conjunto-de-casas-pode- virar-centro-de-cultura-em-porto-alegre-3834241.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

MOTTA, Luiz G.. Análise crítica da narrativa. 1ª edição. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2013.

\_\_\_\_\_. Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. CDrom INTERCOM 2005. Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

MOTTA, Luiz G.; COSTA, G. B. ; LIMA, J. A. . Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. INTERCOM (São Paulo), São Paulo, v. XXVII, n.02, p. 31-51, 2004.

MENDES, Luís. Nobilitação urbana marginal enquanto prática emancipatória: Alternativa ao discurso hegemônico da cidade criativa?, Revues.org, 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec> . Acessado em 15 out 2014.

OBSERVAPOA. Observatório da cidade de Porto Alegre. Disponível em: <[http://portoalegremanalise.procempa.com.br/?regiao=1\\_10\\_0](http://portoalegremanalise.procempa.com.br/?regiao=1_10_0)>. Acesso em 27 março 2017.

OLIVEIRA, Clarice M.. Empreendedorismo urbano e práticas de planejamento: a Copa do Mundo e os grandes projetos urbanos em Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Porto Alegre, 2013.

PDDUA. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Secretaria do Planejamento Municipal. Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental. Porto Alegre, 2010.

PIFFERO, Luiza. Bairro Floresta passa por revalorização que desperta potencial artístico e cultural. Zero Hora, Porto Alegre, 07 junho 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2014/06/bairro-floresta-passa-por-revalorizacao-que-desperta-potencial-artistico-e-cultural-4519741.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

PIFFERO, Luiza. Festival promove atividades culturais para valorizar e discutir o futuro do 4º Distrito de Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 08 dezembro, 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/roteiros/noticia/2016/12/festival-promove-atividades-culturais-para-valorizar-e-discutir-o-futuro-do-4-distrito-de-porto-alegre-8667769.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

POLANYI, Karl. A grande transformação. Rio de Janeiro: Campus, 2000 [1944].

PORTER, Michael E.. The competitive advantage of nations, Basingstoke, Macmillan, 1990.

PRESTES, Eleone. Galeria de arte e showroom de design no Distrito Criativo, na Zona Norte de Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 21 julho 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/casa-e-cia/noticia/2016/07/galeria-de-arte-e-showroom-de-design-no-distrito-criativo-na-zona-norte-de-porto-alegre-6723945.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

PRIKLADNICKI, Fábio. Como a cultura movimenta a economia e uma cadeia produtiva. Zero Hora, Porto Alegre, 01 junho, 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2016/06/como-a-cultura-movimenta-a-economia-e-uma-cadeia-produtiva-5821795.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

PORTO ALEGRE. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Disponível em: <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/porta/pmpa\\_novo/default.php?p\\_noticia=159680&PORTO+ALEGRE+PARTICIPA+DO+DESAFIO+CIDADES+INTELIGENTES](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/porta/pmpa_novo/default.php?p_noticia=159680&PORTO+ALEGRE+PARTICIPA+DO+DESAFIO+CIDADES+INTELIGENTES)>. Acesso em: 26 março 2017.

PORTO ALEGRE. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Secretaria do Planejamento Municipal. Termo de referência para contratação de consultoria. Grupo de Trabalho 4º distrito, 2015.

PROCEMPA. Porto Alegre de negócios e oportunidades. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Gabinete de Inovação e Tecnologia. Porto Alegre, 2015. Disponível em: <[http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/inovapoa/usu\\_doc/pano.pdf](http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/inovapoa/usu_doc/pano.pdf)>. Acesso em: 27 março 2017.

RECEITA FEDERAL. Receita Federal do Brasil. Ministério da Fazenda. Disponível em: <<https://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acesso em: 21 fevereiro 2017.

REIS, Ana C.. Cidades criativas. São Paulo: SESI-SP Editora, 2012.

RIBEIRO, Ana Clara T.; SANCHEZ, Fernanda. City Marketing: a nova face da gestão da cidade no final de século. In: Cidade espetáculo: política, planejamento e city marketing. Curitiba: Editora Palavra, 1997

RICOEUR, Paul. Tempo e narrativa. Tomo I. Tradução: Constança Marcondes César. Campinas, SP: Papyrus, 1994 [1983].

\_\_\_\_\_. Tempo e narrativa. Tomo II. Tradução Marina Appenzeller. Campinas, SP : Papyrus, 1995 [1984].

RIZEK, Cibele. Faces do lulismo. Políticas de cultura e cotidiano na periferia de São Paulo. In: SINGER, André e LOUREIRO, Isabel (orgs.). As contradições do lulismo. A que ponto chegamos? 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

RS.GOV. Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.rs.gov.br/conteudo/217457/airbus-vai-produzir-equipamentos-de-seguranca-publica-em-porto-alegre>>. Acesso em: 26 março 2017.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. 4 ed. 8ª reimpressão. São Paulo: EDUSP, 2014 [1996].

SCOTT, Allen J.; AGNEW, John.; SOJA, Edward W.. Cidades-regiões globais. In: Espaço & Debates: Revista de Estudos Regionais e Urbanos. São Paulo, 1981, p.11 - 25.

SENADO. LEG. Senado Federal. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/120928>>. Acesso em: 26 março 2017.

SFREDO, Marta. Afinal, o que a Airbus vai fazer em Porto Alegre? Zero Hora, Porto Alegre, 08 maio 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2015/05/marta-sfredo-afinal-o-que-a-airbus-vai-fazer-em-porto-alegre-4756697.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

SFREDO, Marta. Pesquisa traça perfil de empresas da economia criativa em Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 18 outubro 2016a. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/opiniao/colunistas/marta-sfredo/noticia/2016/10/pesquisa-traca-perfil-de-empresas-da-economia-criativa-em-porto-alegre-7834852.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

SFREDO, Marta. Porto Alegre garante lugar no mapa mundial da inovação neste ano. Zero Hora, Porto Alegre, 16 outubro 2016b. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/opiniao/colunistas/marta-sfredo/noticia/2016/10/porto-alegre-garante-lugar-no-mapa-mundial-da-inovacao-neste-ano-7810485.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

SILVA, Luís Inácio L.. Programa de Governo: Coligação Lula Presidente. Um Brasil para todos: crescimento, emprego e inclusão social, 2002.

SMITH, Neil. Gentrification and the rent gap. Annals of the American Association of Geographers, vol. 77, pp. 462 – 478, 1987

SMURB. Secretaria Municipal de Urbanismo. Revitalização Urbana e reconversão econômica do 4º distrito. Apresentação do diagnóstico. Porto Alegre, 18 de dezembro de 2015. Disponível em: <[http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/spm/usu\\_doc/4d1.pdf](http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/spm/usu_doc/4d1.pdf)>. Acesso em: 27 março 2017.

SQUARSIS, Dad; SALVADOR, Arlete. A Arte de Escrever Bem: um guia para jornalistas e profissionais do texto. São Paulo: Contexto, 2009.

STROHAECKER, Tânia M.. O mercado de terras de Porto Alegre: atuação das companhias de loteamento (1890-1945).. Revista Brasileira de Geografia, Rio de Janeiro, v. 57, n.2, p. 101-123, 1998.

TECMUNDO. O que é tag? Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/navegador/2051-o-que-e-tag-.htm>>. Acesso em: 27 março 2017.

THROSBY, David. Economía y cultura. Madrid: Cambridge University Press, 2001.

TIEZE, Thiago. Moradores e empresários se unem para revigorar o bairro Floresta. Zero Hora, Porto Alegre, 22 maio 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2014/05/moradores-e-empresarios-se-unem-para-revigorar-o-bairro-floresta-4506076.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

TREMEA, Rosane. O Café Minéraux de casa nova, ao lado do Vila Flores, em Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 24 novembro 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-estilo/viagem/recortes-de-viagem/noticia/2016/11/o-cafe-mineraux-de-casa-nova-ao-lado-do-vila-flores-em-porto-alegre-8452940.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

UNCTAD. Economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável. São Paulo, 2010.

CINU.ORG. Decimo primera sesión de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.cinu.org.mx/prensa/eventos/unctadxi/docs.htm>>. Acessado em 22 nov 2015.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, Otilia et al. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Rio de Janeiro: Vozes, 2011 [2000].

VARGAS, Bruna. Câmara pode votar nesta semana isenção de impostos para empreendimentos no Quarto Distrito. Zero Hora, Porto Alegre, 30 novembro 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2015/11/camara-pode-votar-nesta-semana-isencao-de-impostos-para-empresendimentos-no-quarto-distrito-4919118.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

VIVA REAL. Dados do Mercado Imobiliário. Disponível em: <[http://www.vivareal.com.br/dmi/?\\_\\_vt=geo:1](http://www.vivareal.com.br/dmi/?__vt=geo:1)>. Acesso em 26 março 2017.

Weimer, Günter. Theo Wiederspahn: arquiteto. 1ª ed. Porto Alegre: EDIPUCRS - PUC RS, 2009.

ZERO HORA. Entenda o que é economia criativa. Zero Hora, Porto Alegre, 17 abril 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2015/04/entenda-o-que-e-economia-criativa-4741952.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Evento Walking Gallery reuniu artistas pelas ruas de Porto Alegre. Zero Hora, Porto Alegre, 22 março 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2014/03/evento-walking-gallery-reuniu-artistas-pelas-ruas-de-porto-alegre-4454180.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Estado sanciona lei de incentivo à inovação. Zero Hora, Porto Alegre, 23 novembro 2009. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticia/2009/11/estado-sanciona-lei-de-incentivo-a-inovacao-2726846.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Esta poderia ser a rua mais bonita da cidade saiba porque não é. Zero Hora, Porto Alegre, 01 março 2017. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/pelas-ruas/noticia/2017/03/esta-rua-poderia-ser-a-mais-bonita-da-cidade-saiba-por-que-nao-e-9732018.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Festival de cultura e de lazer reúne centenas de pessoas na Zona Norte. Zero Hora, Porto Alegre, 11 dezembro 2016a. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2016/12/festival-cultural-e-de-lazer-reune-centenas-de-pessoas-na-zona-norte-8706596.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Governo do Estado anuncia recursos de R\$ 89 milhões para inovação. Zero Hora, Porto Alegre, 03 abril 2013. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2013/04/governo-do-estado-anuncia-recursos-de-r-89-milhoes-para-inovacao-4094501.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Inovação como estratégia de retomada. Zero Hora, Porto Alegre, 17 novembro 2016b. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2016/11/inovacao-como-estrategia-de-retomada-8361689.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Teatro Mototóti ocupa espaço tradicional do bairro Humaitá. Zero Hora, Porto Alegre, 25 abril 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/04/teatro-motototi-ocupa-espaco-tradicional-do-bairro-humaita-4746758.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZERO HORA. Universidade fecha convênio e cria 1ª Incubadora de Empresas da Indústria Criativa. Zero Hora, Porto Alegre, 12 julho 2012. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2012/07/universidade-fecha-convenio-e-cria-1-incubadora-de-empresas-da-industria-criativa-3819146.html>>. Acesso em: 26 março 2017.

ZUKIN, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: ARANTES, A. A. (org). O espaço da diferença. Campinas, SP. Ed. Papirus, 2000.

## ANEXO I

PUBLICAÇÃO	MANCHETE (TÍTULO)	SUBTÍTULO
12/09/2008 05h33min	Prédio do Hospital da Criança será reativado	Comprado em 2005 pelo Centro Clínico Gaúcho o local que funcionou por 50 anos na Capital voltará a atender pacientes
15/11/2008 03h10min	Entrevista: John Kao, especialista em inovação empresarial	Não podemos usar velhos métodos para novos problemas
17/10/2009	Construções abandonadas	
09/11/2009	Avante, sempre!	
18/12/2009 04h40min	Mudança em acessos no bairro Floresta causa polêmica na Capital	Comunidade quer audiência com a prefeitura para evitar alterações na área
06/08/2010 04h32min	Aluguel de prédio para presos provoca reação de moradores	Susepe tenta evitar interdição de cadeias do semiaberto com locação de imóvel no bairro Navegantes
06/08/2010 15h13min	Susepe promete negociar instalação de albergue prisional no 4º Distrito	Moradores da localidade fizeram uma manifestação em frente ao Palácio Piratini, em Porto Alegre
13/01/2011 15h22min	Bairro São Geraldo teve 70% da chuva esperada no mês em cerca de uma hora e meia	Choveu 71 milímetros entre as ruas Benjamim e Ceará
16/07/2012 08h04min	Mercado de Nova York reúne artesãos, colecionadores de antiguidades e gente criativa durante os finais de semana	Williamsburg, no Brooklyn, é o recanto de novos artistas, designers e estilistas
22/08/2013 07h36min	Prédios no Humaitá serão recuperados em Porto Alegre	Secretaria de Esportes e entidades comunitárias se unirão para dar um fim à situação precária de vestiários e sala de reuniões do Parque Marechal Mascarenhas
16/04/2014 17h31min	Descubra cinco dicas para se tornar mais criativo	Pensamento inovador é altamente valorizado e depende de experiências inusitadas
30/05/2014 10h02min	"Todo mundo tem ideias. A diferença está em quem decide concretizá-las", afirma professor	Charles Watson ministra curso sobre o processo criativo na Capital
25/06/2014 07h02min	Hostel Boutique: só faltou o banho quente	Casarão com jeito de hotel no Floresta capricha no atendimento, mas chuveiro decepciona



<b>PUBLICAÇÃO</b>	<b>TÍTULO (MANCHETE)</b>	<b>SUBTÍTULO</b>
31/08/2015 16h36min	Unimed vai construir hospital no bairro Humaitá	Estabelecimento de saúde terá vagas para 300 pacientes
29/10/2015 22h06min	Evento vai discutir mobilidade urbana e inovação em Porto Alegre	serviços como uber serão analisados pela prefeitura e por especialistas em cinco encontros no mês de novembro
26/11/2015 15h15min	Projeto Vuelta al Mundo, no Vila Flores, realiza evento com temática sobre a Consciência Negra	A programação de sábado (28/11) conta com feira gastronômica, shows, exposições fotográficas conversa sobre jornalismo independente e a cultura negra
27/02/2016 04h04min	Alunas da oficina Cimento e Batom mostram que levantar tijolos também é coisa para mulher	Turmas do curso promovido pela ONG Mulher em Construção são formadas apenas por mulheres
14/03/2016 06h00min	Vila Velô, nova loja e oficina da Capital, possui tratamento ecológico para as bicicletas	Batizado de BioCircle, produto poupa água e não contamina a natureza
31/03/2016 03h00min	Movimentos sociais e internet em discussão no Conexões Globais	Porto Alegre sedia nesta sexta e sábado, no Vila Flores, o evento de debates, shows e oficinas que tratam de ativismo nas redes
13/06/2016 18h00min	Após 14 anos, prédio do antigo Hospital Santo Antônio segue sem uso em Porto Alegre	Moradores reclamam de abandono no quarteirão que abrigou casa de saúde infantil desde 1953
07/07/2016 09h01min	Diogo Olivier: ponte da Arena está perto de ganhar nome de gremista ilustre	Projeto Ponte do Lupi, de João Derly, avança na Câmara dos Deputados
25/07/2016 06h01min	Após temporada em Nova York, estilista gaúcha lança sua primeira coleção em Porto Alegre	Em sua estreia à frente da marca que leva seu nome, Rochele Gloor traz experiência adquirida com ícones da moda e referências tribais
04/08/2016 04h01min	Bairro Floresta ganha horta e composteira comunitárias	Quinze pessoas já se inscreveram para participar do Espaço Floresta, projeto que ainda tem cinco vagas abertas
26/09/2016 18h24min	Vendedor ambulante, imigrante senegalês se prepara para dar aulas de francês em Porto Alegre	Projeto foi criado por amigas em Porto Alegre e será realizado no complexo Vila Flores a partir de outubro
29/10/2016 10h00min	"É possível servir ao mundo sem sair de Porto Alegre" diz Tom Kelley, especialista em criatividade	Na Capital, americano falou sobre o livro "Confiança Criativa"

## ANEXO II

<b>PUBLICAÇÃO</b>	<b>MANCHETE (TÍTULO)</b>	<b>CÓDIGO</b>
23/11/2009 21h15min	Estado sanciona lei de incentivo à inovação	ZH-01
05/11/2011 17h18min	Semana ARP terá debates sobre a indústria criativa e premiará melhores trabalhos do ano	ZH-02
13/04/2012 05h46min	Pesquisa revela que Porto Alegre é a segunda cidade mais criativa do Brasil	ZH-03
12/07/2012 13h03min	Universidade fecha convênio e cria 1ª Incubadora de Empresas da Indústria Criativa	ZH-04
27/07/2012 05h04min	Conjunto de casas pode virar centro de cultura em Porto Alegre	ZH-05
24/09/2012 07h03min	Espanhóis debatem na Capital indústria criativa	ZH-06
30/10/2012 13h56min	Especialistas apresentam modelos eficientes para estimular economia criativa	ZH-07
03/04/2013 11h35min	Governo do Estado anuncia recursos de R\$ 89 milhões para inovação	ZH-08

*Primeiro conjunto - matérias publicadas entre 2009 e 2013*

## ANEXO II

<b>PUBLICAÇÃO</b>	<b>MANCHETE (TÍTULO)</b>	<b>CÓDIGO</b>
22/03/2014 14h17min	Evento Walking Gallery reuniu artistas pelas ruas de Porto Alegre	ZH-09
10/04/2014 16h17min	Faculdade de Arquitetura de PUCRS envolve alunos em ações no 4º Distrito, em Porto Alegre	ZH-10
22/05/2014 06h02min	Moradores e empresários se unem para revigorar o bairro Floresta	ZH-11
07/06/2014 06h01min	Bairro Floresta passa por revalorização que desperta potencial artístico e cultural	ZH-12
15/11/2014 16h01min	Quarto Distrito espera há pelo menos 30 anos por uma revitalização	ZH-13
14/04/2015 06h05min	Entenda o que é economia criativa	ZH-14
17/04/2015 06h04min	Porto Alegre está no mapa da Economia Criativa	ZH-15
17/04/2015 06h05min	Prefeitura quer identificar polos de economia criativa em Porto Alegre	ZH-16
25/04/2015 08h01min	Teatro Mototóti ocupa espaço tradicional do bairro Humaitá	ZH-17
08/05/2015 17h11min	Afinal, o que a Airbus vai fazer em Porto Alegre?	ZH-18
21/08/2015 03h32min	Curta Bike mistura cinema e pedalada no Distrito Criativo a Capital	ZH-19
30/11/2015 14h00min	Câmara pode votar nesta semana isenção de impostos para empreendimentos no Quarto Distrito	ZH-20

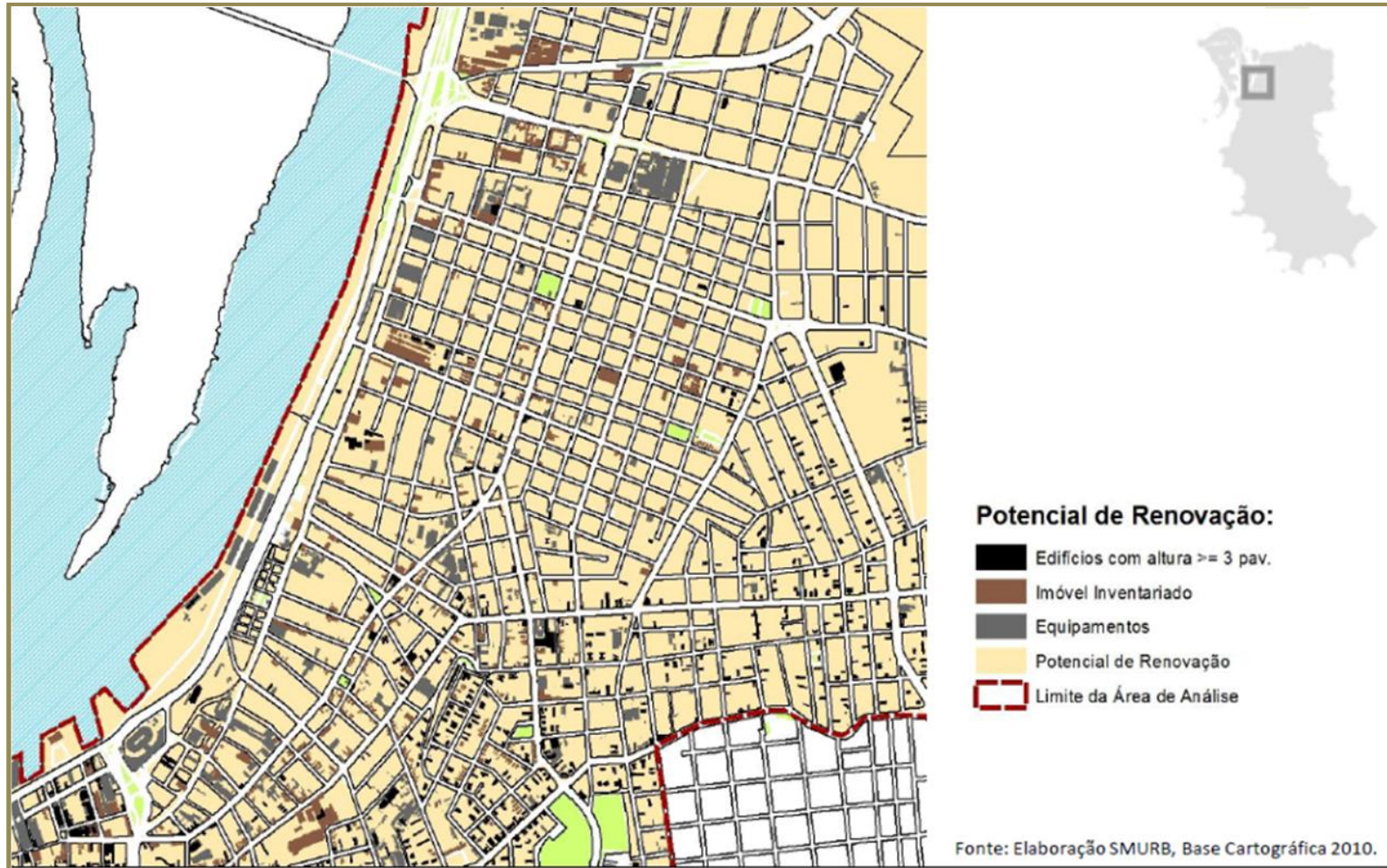
*Segundo conjunto - matérias publicadas entre 2009 e 2013*

## ANEXO II

<b>PUBLICAÇÃO</b>	<b>MANCHETE (TÍTULO)</b>	<b>CÓDIGO</b>
20/05/2016 04h00min	Vila Flores, que estará na Bienal de Arquitetura de Veneza, é espaço para artistas, designers e arquitetos	ZH-21
01/06/2016 04h00min	Como a cultura movimenta a economia e uma cadeia produtiva	ZH-22
21/07/2016 07h00min	Galeria de arte e showroom de design no Distrito Criativo, na Zona Norte de Porto Alegre	ZH-23
12/08/2016 09h01min	Tô na Rua promove evento no bairro Floresta neste sábado (13/8)	ZH-24
01/10/2016 02h00min	Qual o futuro de Porto Alegre?	ZH-25
01/10/2016 02h02min	Quarto Distrito abriga projetos para o futuro de Porto Alegre	ZH-26
16/10/2016 17h48min	Porto Alegre garante lugar no mapa mundial da inovação neste ano	ZH-27
18/10/2016 17h50min	Pesquisa traça perfil de empresas da economia criativa em Porto Alegre	ZH-28
17/11/2016 23h37min	Inovação como estratégia de retomada	ZH-29
24/11/2016 - 08h13min	O Café Minéraux de casa nova, ao lado do Vila Flores, em Porto Alegre	ZH-30
08/12/2016 20h02min	Festival promove atividades culturais para valorizar e discutir o futuro do 4º Distrito de Porto Alegre	ZH-31
11/12/2016 18h01min	Festival de cultura e de lazer reúne centenas de pessoas na Zona Norte	ZH-32

*Terceiro conjunto - matérias publicadas entre 2009 e 2013*

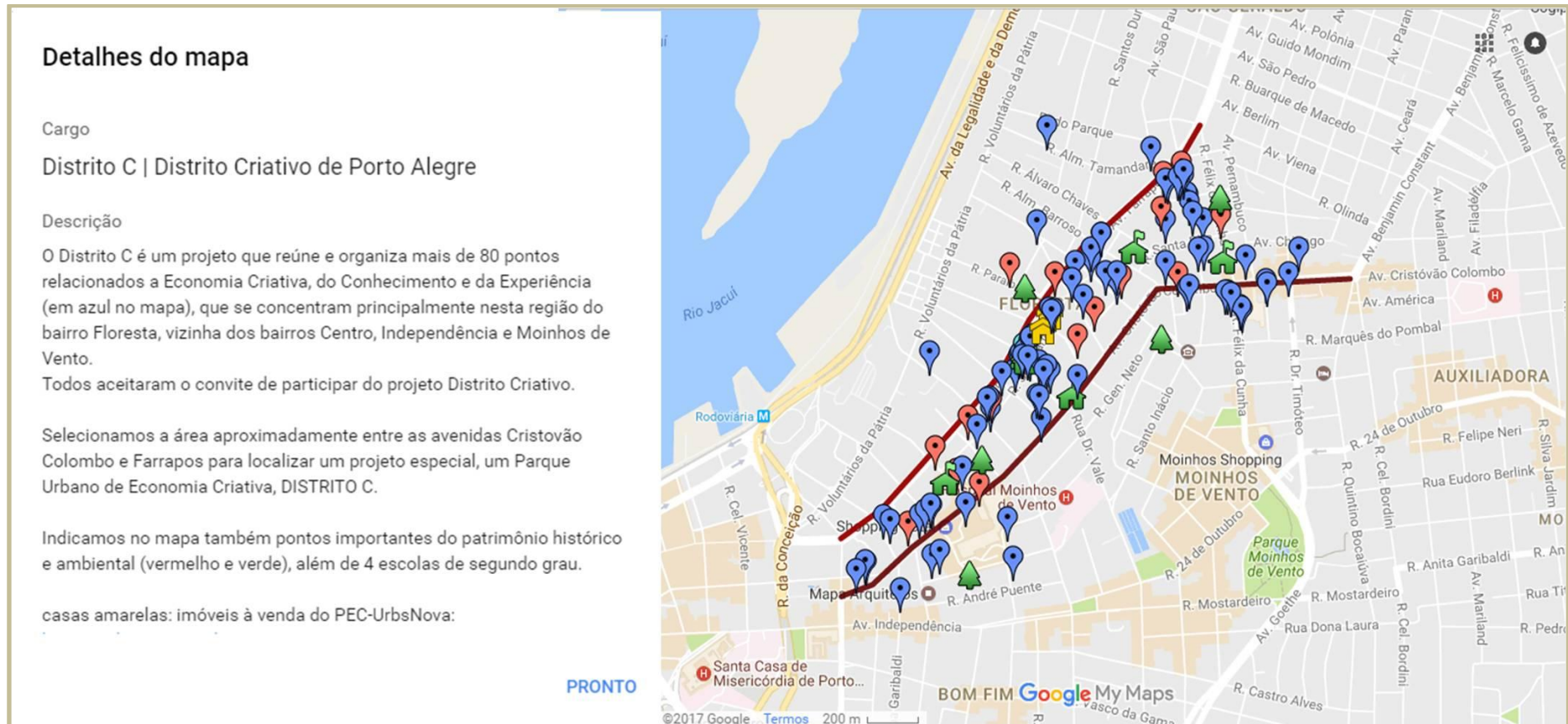
## ANEXO III



Potencial de renovação do IV Distrito. Fonte: SMURB



## ANEXO IV



Área de atuação do projeto Distrito Criativo. Fonte: Montagem a partir de DISTRITO CRIATIVO.