

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
MARJORIE CAVALLI RENNER

CRIATIVIDADE, DIREITO E ESPAÇO URBANO:
o modelo de cidade criativa e o distrito criativo como instrumento jurídico-urbanístico

PORTO ALEGRE

2018

MARJORIE CAVALLI RENNER

CRIATIVIDADE, DIREITO E ESPAÇO URBANO:
o modelo de cidade criativa e o distrito criativo como instrumento jurídico-urbanístico

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial para a obtenção do grau
de Bacharela em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Lucas Pizzolatto Konzen

PORTO ALEGRE

2018

MARJORIE CAVALLI RENNER

CRIATIVIDADE, DIREITO E ESPAÇO URBANO:
o modelo de cidade criativa e o distrito criativo como instrumento jurídico-urbanístico

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial para a obtenção do grau
de Bacharela em Ciências Jurídicas e Sociais.

Aprovada em: _____

Banca Examinadora:

Professor Doutor Lucas Pizzolatto Konzen (Orientador)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Profa. Dra. Juliane Sant'Ana Bento
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Dr. Marcelo Eibs Cafrune
Universidade Federal de Rio Grande (FURG)

Porto Alegre
2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que estiveram próximas – física, ou energeticamente – de mim durante o processo de escrita deste trabalho. Agradeço especialmente ao professor Lucas, que me orientou e apoiou na realização deste trabalho e na minha incipiente caminhada enquanto pesquisadora. Sua responsabilidade, competência e preocupação com os/as estudantes são inspiradoras. Com carinho, agradeço à minha família, em especial à minha mãe, Idê, por me mostrar que são infinitas as possibilidades de exercitar o altruísmo. Aos meus colegas de ensino, pesquisa (GPDS) e de extensão (GAP - SAJU), sou extremamente grata por terem conferido sentido e conteúdo valioso para essa formação, e pelos momentos-sentimentos absolutos que compartilhamos: amor, tristeza, indignação, raiva, felicidade e esperança. Por fim, agradeço a todas as amigas e amigos que me estimularam a escutar minhas autoindagações; que me garantiram que eu daria conta dos desafios; que me lembraram de que eu sabia e podia dançar por entre as encruzilhadas teóricas e psicológicas que surgiram ao longo dessa trajetória.

O balé da boa calçada urbana nunca se repete em outro lugar, e em qualquer lugar está sempre repleto de novas improvisações.

Jane Jacobs

RESUMO

O presente trabalho trata do modelo de urbanização da cidade criativa e dos distritos criativos enquanto ferramenta para a sua implementação. Os modelos de desenvolvimento urbano estão estreitamente relacionados ao uso de estratégias discursivas para a sua legitimação e à utilização de instrumentos jurídico-urbanísticos na sua implementação. Considerando que as normas exercem um papel importante na produção do espaço e podem ser compreendidas a partir de processos sociais inerentes à urbanização das cidades, o presente trabalho visa descobrir como se estrutura normativamente o modelo da cidade criativa. Considerando que se trata de um modelo ideal, também se busca compreender como funciona o distrito criativo enquanto ferramenta jurídico-urbanística utilizada para implementação do modelo da cidade criativa. Para responder a essas perguntas, foram selecionados dois casos de distritos criativos em cidades que buscam seguir o modelo de desenvolvimento urbano da cidade criativa – o caso do *Distrito de las Artes*, em Buenos Aires, Argentina; e o caso de *Liberty Village*, em Toronto, Canadá. Com base em estudos empíricos encontrados na literatura dos estudos urbanos acerca desses casos e levando em conta categorias teóricas da geografia jurídica, foi possível identificar exemplos de normas de dois tipos que estruturam o modelo da cidade criativa: as normas ideológicas e as normas jurídicas. Pelos resultados obtidos, conclui-se que as normas ideológicas estão intimamente conectadas às representações do espaço que condicionam o modelo de cidade criativa, assim como as normas jurídicas estão vinculadas ao funcionamento dos distritos criativos.

Palavras-chave: Sociologia do direito. Direito e espaço urbano. Geografia jurídica. Modelos de desenvolvimento urbano. Cidades criativas. Distritos criativos. Normas.

ABSTRACT

This work discusses the urbanization model of the creative city and the creative districts as a tool for its implementation. Urban development models are closely related to the use of discursive strategies for their legitimation and the use of urban policy instruments in their implementation. Considering that norms play an important role in the production of space and can be analyzed from the social processes inherent to the urbanization of cities, the present work aims at finding how the model of the creative city is normatively structured. Considering that this is an ideal model, it also seeks to understand how the creative district function as an urban policy tool for the implementation of the model of the creative city. In order to answer these questions, two cases of creative districts were selected in cities that try to follow the creative city model of urban development – the case of *Distrito de las Artes*, in Buenos Aires, Argentina; and the case of *Liberty Village*, in Toronto, Canada. Based on empirical studies about these two cases found in the urban studies literature and taking into account legal geography's theoretical categories, it was possible to identify examples of two types of norms that structure the model of the creative city: the ideological norms and the legal norms. From the results obtained, it is possible to conclude that ideological norms are closely connected to the representations of space that condition the model of the creative city, just as legal norms are closely linked to the functioning of creative districts.

Key-words: Sociology of law. Law and urban space. Legal geography. Urban development models. Creative cities. Creative districts. Norms.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E TABELAS

Figura 1- Mapa da rede de cidades criativas da UNESCO	23
Figura 2 - Logo do programa Capital Europeia da Cultura.....	23
Figura 3 - Selo oficial da rede de cidades criativas da UNESCO	23
Figura 4 – Perímetros de três distritos criativos de Buenos Aires.....	40
Figura 5 - Logo do Distrito de las Artes	41
Figura 6 - Logo atual da <i>Liberty Village Business Improvement Area</i>	51
Figura 7 - Perímetro de <i>Liberty Village</i>	51
Tabela 1 - Normas jurídicas e ideológicas do caso do <i>Distrito de las Artes</i>	47
Tabela 2 - Normas jurídicas e ideológicas do caso de <i>Liberty Village</i>	56

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 A CIDADE CRIATIVA COMO MODELO DE URBANIZAÇÃO	12
2.1 Cidades Criativas	16
2.2 Distritos Criativos	25
3 DESENHO TEÓRICO E METODOLÓGICO	31
3.1 A Perspectiva da Geografia Jurídica	31
3.2 Metodologia: Análise de Casos Documentados na Literatura	36
4 DISTRITOS CRIATIVOS: CASOS	39
4.1 Distrito de las Artes - Buenos Aires, Argentina	39
4.2 Liberty Village - Toronto, Canadá	48
REFERÊNCIAS	63
ANEXOS	68

1 INTRODUÇÃO

Criatividade, inovação, sustentabilidade, revitalização, reurbanização, conectividade, colaboração, resiliência – esses são alguns dos termos mais utilizados nas referências a projetos de transformação dos espaços urbanos ao redor do mundo nas últimas décadas. Esses conceitos remetem a uma tendência internacional de desenvolvimento de políticas de urbanização voltadas à criação de imagens específicas das cidades, a serem concretizadas por meio da utilização de ferramentas de direito urbanístico. Entre os diversos modelos de urbanização a que se associam os termos acima referidos, destaca-se o modelo da cidade criativa, que é o tema deste trabalho.

A partir da segunda metade do século XX, durante o surgimento da chamada economia pós-industrial, começaram a despontar mudanças nas políticas de planejamento urbano das cidades. Com o aprofundamento da globalização e a disseminação de novas tecnologias da informação, observou-se um processo de relativização de fronteiras físicas e políticas, intensificação dos fluxos transnacionais de capital, massificação de modos e estilos de vida e advento de cadeias produtivas a nível global que não mais dependiam de grandes contingentes de mão de obra barata, nem de fontes de matéria-prima próximas. Em decorrência desse processo, as atividades industriais tradicionais deixam de se concentrar nos grandes centros urbanos dos países centrais do capitalismo globalizado. As mudanças socioeconômicas ocorridas desde a desindustrialização refletem – ao passo que também são reflexo – na forma como as cidades são pensadas e experienciadas; economia e urbanização estão, afinal, intimamente conectadas.

Em reação ao fenômeno da homogeneização da vida cotidiana, elementos identitários locais passaram a ser revalorizados. Assumindo a forma de fronteiras simbólicas, em detrimento das físicas que se dissolviam, políticas de valorização da cultura e da história local passaram a despontar principalmente nos países economicamente hegemônicos. Lugares de difícil acesso, cidades e hábitos exóticos tornaram-se elementos de diferenciação e reposicionamento num contexto de crescente competitividade interurbana – não só por investimentos de grandes grupos financeiros, empresas de tecnologia, centros de pesquisa e novas mídias; mas também por turistas e pessoas altamente qualificadas, criativas e produtoras de conhecimento. Atrair esses atores para as suas cidades passou ser visto pelos governantes como o caminho para o desenvolvimento econômico e para solucionar as questões urbanas. É nesse contexto que surgem os discursos pelo planejamento urbano voltado à indústria cultural e à economia criativa.

Visando a regeneração urbana e a criação de condições para a nova economia florescer, os governantes locais e instituições internacionais de desenvolvimento econômico passaram a reproduzir discursos semelhantes, pautando a necessidade de revitalizar os centros urbanos a partir da imagem de cidades criativas, culturalmente vivas e inovadoras através de parcerias com investidores privados. Assim, o modelo de cidades criativas surge como solução mágica para os problemas urbanos – que são, por sua natureza, também econômicos e sociais – e se dissemina pelo mundo. Mas soluções mágicas para problemas concretos como os da cidade não existem; pelo contrário, costumam servir para mascará-los, invisibilizar os seus sinais concretos e silenciar aqueles que os anunciam.

A implementação de modelos de desenvolvimento urbano está estreitamente relacionada ao direito e à utilização de instrumentos jurídico-urbanísticos. Considerando que as normas exercem um papel importante na produção do espaço e podem ser compreendidas a partir de outros processos sociais que ocorrem no curso da urbanização das cidades, o presente trabalho visa responder, em especial, à seguinte pergunta: como se estrutura normativamente o modelo da cidade criativa? Tendo em vista se tratar de um modelo ideal, inexistindo na realidade material uma cidade que a ele corresponda integral e fielmente, a pergunta de pesquisa estende-se à ferramenta utilizada para a sua implementação – qual seja, os distritos criativos. Logo, a segunda pergunta que se faz é: como funciona o distrito criativo enquanto ferramenta jurídico-urbanística utilizada para implementação do modelo da cidade criativa?

A fim responder essa pergunta, realizou-se primeiro um levantamento bibliográfico acerca do tema, cujos resultados são compartilhados na primeira seção deste trabalho. Tendo em vista a compreensão da função que as cidades exercem no sistema capitalista, comenta-se sobre alguns modelos de urbanização ligados a diferentes paradigmas de cidade. Propõe-se um conceito para a cidade criativa, compreendendo-a como um modelo de urbanização alinhado à ideia de cidade-mercadoria e regido por princípios e estratégias de planejamento urbano neoliberal. Nessa linha, define-se o papel dos distritos criativos enquanto ferramenta jurídico-urbanística utilizada pelas administrações municipais para delimitar novos espaços dentro da cidade, sobre o qual incidem normas especiais.

Partindo das definições constantes na primeira seção, apresenta-se a perspectiva da geografia jurídica sobre o tema, a qual trata das relações entre o direito e o espaço e vem se consolidando na área da sociologia do direito. Selecionou-se categorias oriundas da combinação das teorias da produção do espaço e da ação normativa, assentando, de um lado, a moldura teórica do trabalho e, de outro, a metodológica. Pela própria natureza da pergunta de pesquisa, viu-se a necessidade de buscar dados da realidade, aos quais se poderia aplicar e testar

as categorias escolhidas. Assim, foram selecionados para análise dois estudos de caso documentados: o *Distrito de las Artes*, em Buenos Aires, Argentina; e o caso da *Liberty Village*, em Toronto, Canadá. São casos de distritos criativos que foram efetivamente implementados em duas cidades que, em considerável medida, buscam seguir o modelo de desenvolvimento urbano da cidade criativa.

Na terceira seção do trabalho, apresenta-se os estudos de caso selecionados, apontando para as características do modelo da cidade criativa presentes em cada um. São também indicadas as categorias teóricas selecionadas, demonstrando como se expressa esse modelo na realidade urbana de duas localidades bastante distintas. Com base em elementos coletados na literatura que estudou empiricamente esses dois casos, identificou-se características comuns a esses distritos criativos, bem como normas de natureza ideológica bastante similares e determinantes para compreender como se estrutura o modelo.

Preende-se construir, com isso, um quadro de análise crítica do modelo da cidade criativa, a fim de que as descobertas feitas sirvam para instrumentalizar discussões futuras acerca dos potenciais impactos de políticas urbanas pautadas pelo discurso da cidade criativa. Afinal, trata-se de um modelo que tende a se disseminar mundo afora, inclusive influenciando cidades como Porto Alegre, onde já se registram algumas iniciativas relevantes voltadas a implementar esse modelo. Assim, com as limitações inerentes a um trabalho de conclusão, procura-se contribuir para a reflexão sobre o tema, apresentando as características de um modelo específico de cidade e discutindo as suas implicações, em um contexto mais amplo em que impera o planejamento urbano neoliberal, a ideia de crise urbana generalizada e a importação pelos países periféricos de uma agenda de políticas urbanas “colonizada”, ao mesmo passo que se agrava a desigualdade urbana, a questão da moradia e os processos de gentrificação nas grandes cidades.

A exposição está organizada em três seções. Como mencionado, oferece-se inicialmente um panorama do contexto histórico e teórico em que, em meio a outros tantos modelos de desenvolvimento urbano, emergem as cidades criativas, de modo a explicar suas principais características e identificar os contornos do principal instrumento jurídico-urbanístico associado à sua implementação, o distrito criativo. A seção seguinte trata da fundamentação teórica e metodológica do trabalho, apresentando as categorias teóricas da geografia jurídica utilizadas na análise, as razões para a escolha dos casos e a estratégia utilizada para a coleta de informações empíricas. Por fim, são apresentados os casos dos distritos criativos *Distrito de las Artes* e *Liberty Village*, com foco nas características comuns envolvendo a implementação do

modelo das cidades criativas e no potencial do instrumento jurídico-urbanístico do distrito criativo de transformar configurações espaciais.

2 A CIDADE CRIATIVA COMO MODELO DE URBANIZAÇÃO

O planejamento urbano modernista ganhou força no pós-Segunda Guerra, durante as décadas de auge do *welfare state* nos países centrais do capitalismo. A necessidade de planejamento da urbe e a sua caracterização como dever do Estado – na posição de responsável pela manutenção do equilíbrio econômico e pelo desenvolvimento social – fizeram com que as cidades passassem a ocupar lugar central nas agendas de governo e das instituições internacionais de desenvolvimento econômico. Essa importância da cidade se intensificou ao mesmo passo que o sistema capitalista foi se disseminando pelo mundo e passou a se utilizar do processo de urbanização como o principal canal de absorção de excedentes (HARVEY, 2012).

O urbanismo moderno era baseado na ideia de zoneamento monofuncional (RECHIA, 2005), isto é, zoneamento administrativo da cidade atendendo apenas à funcionalidade do espaço urbano e ignorando outros aspectos de natureza subjetiva, como memória e cultura. Essa forma de planejamento urbano ortodoxo teve impactos profundos na vida urbana das cidades, perceptíveis até os dias de hoje. Em reação às formas que as cidades estavam assumindo – marcadamente desiguais, a exemplo dos subúrbios norte-americanos – surgiram frentes de contestação dos planos modernistas em prol de outros aspectos da cidade, em especial aspectos atinentes às relações humanas. Em *Morte e Vida das Grandes Cidades* (1962), obra que marca esse movimento de contestação, Jane Jacobs destaca a necessidade de atentar às questões sociais no planejamento das cidades, que haviam sido sistematicamente ignoradas até então. Propondo usos mistos dos espaços em detrimento do zoneamento monofuncional, ela sugere que as políticas de urbanização não poderiam mais ser pautadas no mito de que bastava haver capital disponível para investir na cidade; era necessário mudar a ideologia por trás da elaboração dessas políticas.

Nesse contexto, despontaram discussões acerca dos direitos que emanam da vida e da experiência humana na cidade de modo a influenciar na elaboração das políticas urbanas. De acordo com David Harvey (2012), a administração democrática dos excedentes do sistema capitalista é o que constitui o chamado direito à cidade. Para garantir que tal administração seja democrática, é necessário garantir a transparência e o controle das lógicas de poder nela envolvidas; isto é, faz-se necessário esclarecer quem são os atores que influem na administração, quais são os interesses que os conduzem e de que forma atuam nas tomadas de decisão. A percepção da vida na cidade numa dimensão jurídica estreitamente ligada à

dimensão econômica foi fundamental para o surgimento de diversos instrumentos jurídico-urbanísticos vigentes hoje.

Essas discussões sobre o direito à cidade, mais tarde, passaram a influenciar inclusive a realidade de países como o Brasil. Nos termos do art. 182 da Constituição Federal de 1988 e do art. 2º, II, do Estatuto da Cidade (Lei nº 10.257/01), a gestão democrática da cidade deve ser uma diretriz básica da política urbana. Fundamentados nesse dever estão diversos instrumentos participativos, como os órgãos colegiados de política urbana, as conferências sobre assuntos de interesse urbano e os debates, audiências e consultas públicas (arts. 43 a 45 do Estatuto da Cidade). Em que pese a existência de tais instrumentos, a desarticulação desses espaços de discussão, a crescente dependência do setor privado para pensar em políticas urbanas e o aprofundamento das contradições nas cidades são alguns fatores que desafiam a efetivação do direito à cidade no Brasil atual.

Contudo, a ideia de gestão democrática da cidade está atrelada a um tipo específico de urbanismo, que se contrapõe ao modelo próprio ao urbanismo moderno. Focando em três modelos gerais observáveis no contexto brasileiro¹, Marcelo Cafrune discute o “modelo de planejamento físico-territorial clássico, ou regulatório”, que predominou na história brasileira e cuja finalidade é a modernização urbana e a organização do espaço - marcado por fraca participação popular, seguindo a linha do planejamento urbano modernista acima mencionado. Identifica também o modelo de “planejamento e gestão urbana social-reformista”, centrado na ideia de participação popular e busca pela justiça social; esse modelo, ao ser juridicizado, foi transformado no modelo correspondente ao paradigma da gestão democrática da cidade e, portanto, do direito à cidade (CAFRUNE, 2016, p. 135).

No entanto, é um terceiro tipo que interessa nesta pesquisa, ligado ao paradigma da “cidade-mercado” e que também se contrapõe, no contexto brasileiro, ao modelo de planejamento urbano democrático. Trata-se do modelo pautado por “perspectivas mercadófilas”,

que estão orientadas pela ideia de modernização urbana por meio do atendimento das necessidades de empresários, investidores e proprietários, para tornar a cidade economicamente mais competitiva, sem formular respostas específicas para os problemas urbanos ou sociais. Tais perspectivas não tem preocupação específica com a participação popular, são acríticas em relação ao mercado e fundamentam-se nas premissas do neoliberalismo (CAFRUNE, 2016, p. 136).

¹ Os três tipos apresentados foram destacados a partir da tipologia apresentada por Souza (2008).

Tal modelo, vinculado ao planejamento urbano neoliberal, assume duas estratégias mais comuns: o planejamento estratégico e o empreendedorismo urbano. Essas estratégias são difundidas a partir da crise econômica dos anos 1970, chegando cerca de uma década mais tarde ao contexto latino-americano (CAFRUNE, 2016, p. 136-138), em um momento em que imperava o consenso de que os governos urbanos tinham que ser mais inovadores e empreendedores para conseguir superar seus problemas.

O planejamento estratégico consiste em uma estratégia de desenvolvimento econômico que pensa as cidades como se fossem empresas, compreendendo o discurso da revitalização urbana e do fornecimento de atrativos culturais e comerciais às classes abastadas. Essas intervenções se prestam a aumentar o potencial competitivo das cidades, servindo de elementos para subir ou descer nos rankings internacionais – exatamente como ocorre com as cidades criativas, como se verá mais adiante neste trabalho. Planejar estrategicamente a cidade significa, na prática, direcionar as políticas urbanas para os interesses do capital. Ou ainda,

o planejamento dito estratégico pode não ser mais do que um outro eufemismo para *gentrification*, sem no entanto afirmar que sejam exatamente a mesma coisa – quem sabe a sua apoteose: uma cidade estrategicamente planejada de A a Z nada mais seria, enfim, do que uma cidade *inteiramente gentrificada* (...)” (ARANTES, 2002, p. 31, grifos no original).

Carlos Vainer (2002) sugere que o discurso do planejamento estratégico urbano se estrutura em três analogias: a cidade-mercadoria, que depende da criação de uma imagem (*image-making*) de cidade de acordo com os potenciais consumidores; a cidade-empresa, em que a cidade aparece como sujeito que compete, negocia e contrata, praticamente como uma pessoa jurídica de direito privado; e a cidade-pátria, que consente em torno de um projeto ideológico, de uma consciência de crise e patriotismo (VAINER, 2002, p. 79-98). Essas analogias também ajudam a compreender o conjunto de fenômenos de transformação do espaço urbano na contemporaneidade que, ao se materializar, foram também criando espaço para o surgimento do modelo da cidade criativa.

Quanto à estratégia do empreendedorismo urbano, esta veio a substituir a abordagem do administrativismo na governança urbana (HARVEY, 2005). Em linhas gerais, os principais elementos do empreendedorismo urbano são: as parcerias público-privadas, que colocam o foco no retorno e desenvolvimento econômico; a natureza empreendedora e especulativa dessas parcerias, que faz com que o poder público assuma - integral ou parcialmente - os riscos de projetos desenvolvidos; e a utilização de esforços (econômicos e de pessoal) em um só lugar,

ignorando demandas mais amplas e delimitando o local (e, até certa medida, as pessoas) que usufruirão dos benefícios do investimento (HARVEY, 2005, p. 172-173).

Essas duas estratégias estão associadas ao processo de “culturalização das cidades” (VAZ, 2004). Em tempos de redução da atuação do Estado quanto às questões de interesse público – dentre as quais, o planejamento urbano – e de desindustrialização, as cidades precisavam se adequar à nova economia e garantir as condições para as novas formas de produção, consumo e turismo que se impunham. Concomitantemente, o fenômeno da globalização, acarretando a homogeneização das identidades a nível internacional, fez despertar a revalorização da cultura local não apenas pelo seu valor subjetivo, mas também por seu valor econômico. Além da criação de imagens, por meio do processo de criação de lugares-marca (*place branding*), forja-se uma identidade para determinado espaço da cidade, a partir das suas características mais atraentes, mais distintivas, como se fosse um novo produto a ser vendido. Utilizando como mote a valorização das culturas locais, políticas públicas fundamentadas no planejamento estratégico e voltadas à atração de investimentos privados no espaço urbano se disseminaram pela Europa e Estados Unidos.

Assim, a cultura - com todo o seu potencial imagético - tornou-se não apenas instrumento de regeneração urbana, como também instrumento de desenvolvimento econômico (ARANTES, 2002, p. 17). Exemplo paradigmático desse processo é a cidade de Barcelona (Catalunha, Espanha), redesenhada como capital da cultura mediterrânea. Como resultado desse processo de “culturalização das cidades”, vários projetos artístico-culturais-de entretenimento ganharam popularidade nos últimos anos, como o uso de antigos armazéns para moradia e atelier para jovens e artistas, a requalificação de frentes marítimas, a promoção de megaeventos internacionais, entre outros (SELDIN, 2016). No Brasil, tomando-se como exemplo o caso do Rio de Janeiro, os planos de renovação urbana vêm sendo pautados pela lógica do planejamento estratégico voltado ao entretenimento e à cultura de forma “mais condizente com o processo de “culturalização” das cidades observado nos EUA e na Europa (SELDIN, 2016, p. 71).

No tocante às políticas urbanas de zoneamento urbanístico, surgiram os chamados distritos culturais, cujo objetivo real está muito mais ligado ao turismo e ao consumo do que ao apoio à cultura propriamente dita (CATUNGAL; LESLIE; HIL, 2009). A utilização da cultura como um ativo econômico permanece, pois, como prática comum de reposicionamento competitivo das cidades, presente também no modelo das cidades criativas.

Ao mesmo passo que a cultura passou a ser um elemento diferencial na competitividade interurbana pós-fordista, os megaprojetos e megaeventos também tem exercido papel crucial

nesse sentido. Novamente, Barcelona pode ser citada como exemplo, posto que foi objeto de um megaprojeto de revitalização urbana associado aos Jogos Olímpicos de 1992. Os megaprojetos são propagandeados como grandes oportunidades de máximo desenvolvimento urbano e econômico no menor tempo, baseando-se em “medidas de excepcionalidade” - medidas de flexibilização de instrumentos e normas urbanísticas – “que foram contaminando e se espalhando para um conjunto mais amplo de intervenções no território” (ROLNIK, 2015, p. 244). Flexibilizando as normas e firmando alianças com investidores privados, a cidade vira mercadoria de exportação em nome de supostos retornos urbanísticos e financeiros, os quais são tacitamente condicionados a remoções e deslocamentos forçados – como as ocorridas em muitas cidades brasileiras que foram sede de jogos da Copa do Mundo em 2014.

Seguindo essa análise histórica da forma de pensar e planejar a cidade, observou-se, junto das mudanças econômicas e sociais, uma transição para a abordagem criativa no planejamento urbano nas décadas de 1990 e 2000, que se vale de estratégias empresariais e de um já instaurado contexto de mercantilização da cidade. É nesse contexto que o modelo de cidades criativas e o instrumento jurídico-urbanístico do distrito criativo viraram parte da agenda de políticas dos gestores públicos, como uma solução mágica para as questões urbanas e como requisito para competir com outras cidades do globo e conquistar boas colocações nos rankings internacionais.

2.1 Cidades Criativas

A partir da segunda metade do século XX, a rápida evolução tecnológica fez com que o modo de produção, as relações de trabalho, a indústria e as cidades passassem por grandes transformações. Com o surgimento de novos setores econômicos - como empresas especializadas em finanças, a indústria cultural e, mais recentemente, de mídia e alta tecnologia – estruturou-se também uma nova ordem econômica, à qual pode ser denominada utilizando diferentes termos (economia pós-industrial, pós-fordista, etc.). O modelo da cidade criativa surge em meio a essa nova ordem econômica, movida pelo setor da indústria criativa, a partir da qual se passa a falar em economia criativa. A globalização é um dos fatores catalisadores da economia criativa a nível mundial, visto que, de um lado, causou a “fragmentação das cadeias produtivas de bens e serviços criativos em escala global”, criando uma falsa sensação de planificação do mundo e de abrandamento das diferenças (entre pessoas, culturas, espaços); e,

de outro lado, pela “mobilidade, disputa e recompensa dos recursos criativos” no mundo (REIS, 2012, p. 5).

De acordo com o *Creative Economy Report* (Relatório da Economia Criativa) (UNCTAD, 2008)², estudo elaborado pela *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) “não há um conceito único de economia criativa, nem existe consenso acerca do conjunto de atividades de conhecimento (*knowledge-based activities*) que servem de base para as indústrias criativas” (UNCTAD, 2008, p. iii, tradução da autora). Assim, economia criativa é “um conceito em evolução, baseado em ativos criativos com potencial de gerar crescimento econômico e desenvolvimento” (UNCTAD, 2008, p. 15, tradução da autora). Por se tratar de um conceito dotado de organicidade, a UNCTAD lista suas potencialidades³:

[A economia criativa] pode estimular a geração de renda, de empregos e a exportação de ganhos enquanto promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; abrange aspectos econômicos, culturais e sociais ao interagir com tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos; trata-se de um conjunto de atividades econômicas com uma dimensão de desenvolvimento e conexões com a economia em geral nos níveis micro e macro; é uma opção factível que demanda por repostas inovadores e multidisciplinares em forma de políticas e pela atuação interministerial (*interministerial action*); no coração da economia criativa estão as indústrias criativas” (UNCTAD, 2008, p. 15, tradução da autora).

Compreende-se melhor o conceito de economia criativa verificando quais atividades em concreto são consideradas criativas. Nesse sentido, ainda utilizando as delimitações conceituais da UNCTAD (2008), as indústrias criativas compreendem quatro grandes grupos - patrimônio, artes, mídia e criações funcionais:

- a) por patrimônio, subtende-se as expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais) e locais culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas);
- b) por artes, compreende-se as indústrias criativas baseadas em “arte e cultura”, como as artes visuais (pintura, escultura, fotografia e antiguidades) e as artes performáticas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo e marionetes);

² O estudo foi publicado pela primeira vez em 2008, tendo sido atualizado em 2010 e 2013, com poucas alterações; essa foi a primeira publicação a oferecer linhas globais acerca da economia, das indústrias e das cidades criativas sob a perspectiva da ONU. Serve de base para a criação de políticas públicas voltadas à criatividade e endossa o peso simbólico da Rede de Cidades Criativas da UNESCO..

³ Na segunda edição do mesmo estudo (2010) intentou-se desfazer essa ideia de que a economia e a indústria criativa seriam a solução mágica para a (então futura) crise econômica, justificando que, no início de 2008, a economia estava em expansão, sendo a indústria criativa um dos motores daquele momento.

- c) por mídia, entende-se as atividades de produção de conteúdo criativo visando a comunicação com o grande público, como publicações e mídia impressa (livros, imprensa) e audiovisual (cinema, televisão, rádio e outras formas de radiodifusão);
- d) por criações funcionais, entende-se as atividades que surgem por demanda, voltadas à criação de bens e serviços com fins funcionais, como design (interiores, gráfico, moda, joias e brinquedos), *new media* (software, games e conteúdo digital criativo) e serviços criativos (arquitetura, publicidade, P&D, serviços digitais).

No contexto da economia criativa, a indústria do século XXI não precisa mais estar próxima da matéria-prima que advém da natureza. Ela pode estar em qualquer lugar, desde que exista a mão-de-obra qualificada necessária para produção de conhecimento e de novas ideias. Assim, teóricos da área da geografia, sociologia urbana, economia, etc. começaram a perceber que, num clima de competitividade interurbana, não bastava mais às cidades que garantissem elementos físicos básicos para as pessoas. Superada essa fase de garantir os componentes físicos básicos⁴ – esgoto, iluminação, moradia, mobilidade, entre outros – a cidade tem que oferecer mais; deve ser capaz de garantir aos seus moradores e transeuntes a sensação de participar ativamente do seu próprio bem-estar urbano, da possibilidade de vivenciar e experienciar a cidade, de sentir-se responsável por ela (LANDRY, BIANCHINI, 1995).

A ideia de que a uma cidade não basta ter o básico para atrair as pessoas passou a se difundir, ao mesmo tempo em que as novas tecnologias foram alterando as formas de comunicação e mobilidade ao redor do mundo. Num contexto em que a distância não impede mais a troca de ideias e o fluxo de conhecimento, observou-se uma massificação de valores e conteúdos. Em reação a esse fenômeno, passou-se a buscar aquilo que distingue, que é fora do padrão internacional, não apenas em relação a objetos de consumo, mas também em relação a modos de vida e às cidades.

É nesse sentido que ocorre o aumento exponencial da competitividade interurbana, baseada na ideia de que cidades devem ser mais atrativas pelo que as diferencia umas das outras. Charles Landry e Franco Bianchini, numa das primeiras obras de referência sobre cidades-criativas, afirmam que uma cidade deve ser reconhecida como centro de criatividade e de produção de conhecimento - contando com universidades e centros de pesquisa, por exemplo

⁴ Aqui vale fazer a ressalva, que será melhor aprofundada quando da análise crítica do modelo, de que essa superação da fase de fornecimento da infraestrutura básica não corresponde à realidade da maioria das cidades latino-americanas. Desde já, vale ressaltar que essa concepção é originária do Norte Global.

(1995, p. 12). A competição entre nações, cidades e empresas passou a depender mais da capacidade de desenvolver e projetar de forma eficiente imagens e símbolos atraentes do que da posse de recursos naturais, da localidade ou da reputação histórica. Os autores afirmam que,

de fato, o processo de renovação urbana pode se tornar um espetáculo em si mesmo, como, nas palavras de David Harvey, a estética vem a substituir a ética no planejamento urbano contemporâneo (LANDRY, BIANCHINI, 1995, p. 12).

Assim, vê-se o crescimento da importância de elementos subjetivos relacionados ao espaço urbano, os quais passaram a ser “incluídos na conta” da competitividade interurbana. A relevância desses outros aspectos, para além da infraestrutura física da cidade, fica evidente quando Landry e Bianchini listam alguns requisitos para a criação de cidades criativas, dentre os quais: envolvimento da população no planejamento da cidade, políticas voltadas à promoção da interculturalidade e aproveitamento máximo de indivíduos criativos (1995, p. 27-32). Nesse contexto, surge a pergunta: o que leva as pessoas à escolha do local onde vão morar e trabalhar?

Justamente por responder a essa pergunta que o economista urbano norteamericano Richard Florida introduziu um novo elemento à crescente discussão sobre o tema da cidade criativa. Em sua obra *The Rise of the Creative Class*, ao se referir à emergência de uma nova classe social, da qual todos e todas que tivessem a criatividade como um fator chave do seu trabalho seriam integrantes, o autor cunha o conceito de classe criativa (FLORIDA, 2012)⁵. No livro, Florida expõe sua teoria do capital criativo, que aponta para o crescimento do papel da criatividade enquanto principal fonte do desenvolvimento econômico e impulso por trás de mudanças fundamentais na sociedade e na economia. Para o autor, a teoria do capital criativo seria um passo adiante da teoria do capital humano, divergindo dessa em dois aspectos: primeiro, a teoria do capital criativo identifica um tipo específico de capital humano como chave para o crescimento econômico – as pessoas criativas; segundo, essa teoria explicita os fatores básicos que moldam as decisões de localização dessas pessoas, ao invés de apenas afirmar que certas regiões são agraciadas pela presença de pessoas criativas (FLORIDA, 2012, p. 255-265; idem, 2003, p.8). Estimulado pelo problema inicial sobre as escolhas de localização geográfica das indústrias de alta tecnologia, o autor percebeu grandes similitudes entre os padrões de localização desse tipo de negócio e os padrões de localização da população LGBT

⁵ Publicada pela primeira vez em 2002. A edição utilizada para realizar este trabalho consiste em uma edição “revisitada”, em que o autor complementa com evidências os argumentos já construídos na primeira edição.

e dos artistas⁶. A partir dessa constatação, Florida dedicou-se à compreensão de como se formou, quais são as características e o que se pode esperar dessa nova classe.

Ressalta-se que a pergunta que inquietou Florida – sobre as motivações por trás das distribuições geográficas da atividade humana - não é uma pergunta inédita, tampouco é uma pergunta que, por si só, estaria alinhada a um projeto de urbanismo de um tipo ou de outro. Cerca de dez anos antes, estimulado pela mesma inquietação, Harvey começou a investigar o processo urbano no seu papel sobre o que chamou de “reestruturação radical” nas distribuições geográficas da atividade humana e na dinâmica político-econômica do desenvolvimento geográfico desigual dos últimos tempos (HARVEY, 2005, p. 166). Embora com focos diferentes, vê-se que autores - com abordagens tão divergentes de cidade e economia urbana - partiram de pontos bastante similares.

Na sua visão, a classe criativa “tornou-se gradativamente mais autoconsciente, não só dentro de cada país, mas também a nível global” (FLORIDA, 2012, p. 38). Partindo do princípio de que o pertencimento a uma classe está ligado às funções econômicas que uma pessoa exerce – espectro a partir do qual surgem as identidades sociais, preferências culturais, valores, etc. - a nova classe criativa, de acordo com Florida, é essencialmente formada pelas pessoas produtoras de capital cognitivo diferenciado, cujo trabalho resulta na adição de valor econômico por meio da criatividade. Vale destacar que os advogados, administradores de empresas e profissionais ligados às finanças também fazem parte dessa classe.

Para o autor, os valores que norteiam a classe estão em constante mudança, mas seguem basicamente três linhas: individualidade, meritocracia e diversidade. Por individualidade, compreende que os membros da classe criativa resistem à conformidade com diretrizes organizacionais e institucionais; são relutantes às normas tradicionais voltadas à orientação de condutas, o que pode levar à criação de “sub-identidades”. Por meritocracia, o autor compreende que os membros da classe criativa são ambiciosos e querem ascender socialmente com base em suas habilidades e esforços, estimulados por valores de autodeterminação e retribuição por suas virtudes; reconhece, contudo, que a meritocracia possui pontos negativos, podendo servir para alimentar preconceitos e desigualdades. A terceira linha de valores da classe criativa diz respeito à diversidade – étnica, de gênero, de orientação sexual, etc. - e

⁶ Essas percepções originalmente se deram pelo cruzamento de dados do chamado *Gay Index*, indicador dos padrões de localização da população LGBT, e do *Bohemian Factor*, que media a densidade de artistas, escritores e performers em diferentes regiões de New Jersey. Com base nesses fatores, foi apresentado o *Composite Diversity Index* (CDI) que levava em consideração também a concentração de imigrantes. (FLORIDA, 2012).

abertura a tudo o que não for *mainstream*; o próprio autor ressalta, no entanto, que o discurso da diversidade foi cooptado pela política e, em certa medida, esvaziado de seu sentido original, revestindo-se de uma “diversidade de elites, com uma associação limitada a pessoas altamente qualificadas e criativas” (FLORIDA, 2012, p. 58).

Especificamente quanto às relações entre a classe criativa e a cidade, Florida sugere que o plano de desenvolvimento econômico das cidades deve focar na atração da classe criativa para a cidade. E o que essa classe busca é uma “grande variedade de amenidades e experiências de alta qualidade, uma abertura à diversidade de todos os tipos e, acima de tudo, a oportunidade para pôr em cheque suas identidades como pessoas criativas” (FLORIDA, 2012, p. 186). Assim, a velha fórmula de investimento em grandes equipamentos de cultura – belas artes, grandes estádios e teatros – deveria ser substituída por soluções bem mais simples e baratas, que visem melhorar as condições da vida urbana ao nível do bairro, num formato de “cultura alternativa” e mais acessível. Além disso, Florida afirma que estamos na era da criatividade e propõe a teoria do crescimento econômico dos três “Ts”: deve-se investir em tecnologia, talento e tolerância. Em suma, para o autor, garantindo-se um bom menu de amenidades ligadas à qualidade de vida, ou para usar o seu termo, “qualidade de lugar”⁷, e sustentando um ambiente propício à diversidade, garante-se a presença da classe criativa; garantindo-se a atração da classe, o desenvolvimento econômico da região ou cidade virá naturalmente.

A tese de Florida é, até hoje, objeto de muitas críticas, seja pela limitação de suas definições conceituais da classe criativa – que não estabelece com clareza os limites entre os níveis de pessoas criativas que propôs – seja pelos tipos de políticas urbanas⁸ que se originaram de sua teoria. Não obstante, suas ideias foram determinantes para a estruturação dos conceitos atuais de indústria, economia e cidade criativa, sendo referenciado em praticamente todos os estudos acerca desse tema.

Tecendo algumas críticas à teoria e obra de Florida, Ana Carla Fonseca Reis (2012) comenta que “a presença de pessoas criativas em uma cidade parece ser condição necessária, mas não suficiente, para garantir que essa criatividade se converta em inovação” (p. 40). Ou seja, é necessário criar todo um contexto de criatividade que seja sustentável, em termos de

⁷ Florida sugere a substituição do conceito de “qualidade de vida” por “qualidade de lugar” enquanto um dos principais fatores na escolha de localização dos membros da Classe Criativa. Esse conceito é definido como “um conjunto de experiências” e características que fazem um lugar ser atrativo, diretamente ligado à quantidade de amenidades que oferece. Sobre o conceito, ver Florida (2012).

⁸ Florida é ainda hoje acusado de ter lançado as bases para os processos de gentrificação nas grandes capitais da Europa ocidental e da América do Norte. Ver, por exemplo, Wainwright (2017).

tempo, recursos e regulação, e que consiga atingir o plano concreto da vida urbana. Além disso, entende ser necessário inverter a lógica de Florida: ao invés de considerar a atração de pessoas criativas como causa do estabelecimento de uma cidade criativa, essa atração deve ser considerada como consequência; é, pois, a “aura sensorial” da cidade, os seus valores intangíveis (como a cultura e a inovação) e inerentes ao espaço urbano já existente que acabam por atrair, ou melhor, reter e promover os talentos e profissionais locais (REIS, 2012, p. 52). Considerando essas críticas, talvez o resultado de atração de pessoas criativas para a cidade também possa ser alcançado por meio da elaboração de políticas que valorizem aspectos locais da cidade e estimulem a economia local por parte da administração pública em cooperação com a sociedade civil, de forma a abranger mais aspectos da vida urbana que não apenas econômicos.

Independente das críticas à teoria da classe criativa, é fato que as cidades também passaram por mudanças ligadas à emergência da nova economia, conduzindo ao surgimento do modelo da cidade criativa. Buscando uma definição abrangente, a UNCTAD define cidade criativa como “um complexo urbano em que atividades culturais de vários tipos consistem em um componente integrante do funcionamento social e econômico da cidade” (UNCTAD, 2008, p. 16); ademais, o órgão aponta que a cultura consiste em um insumo fundamental das cidades criativas, na medida em que é utilizada como elemento de distinção entre as cidades, despertando interesse e atração a nível internacional. A afirmação pela UNCTAD do uso da cultura para fins competitivos fica clara na passagem:

“Cidades criativas usam seu potencial criativo de várias maneiras. Algumas funcionam como pontos de geração de experiências culturais para habitantes e visitantes através da oferta de seus ativos culturais, ou através das atividades culturais nas artes visuais ou performáticas. Algumas [...] utilizam festivais que moldam a identidade da cidade como um todo. Outras focam em indústrias culturais e de mídia para fornecer empregos e renda, e para atuar como centros de crescimento urbano e regional. Em outros casos, é dado um papel já mais disseminado à cultura na cidade criativa, que conta com a **capacidade das artes e da cultura de estimular uma vivacidade urbana, coesão social e identidade cultural**” (UNCTAD, 2008, p. 18, grifo da autora).

O projeto das capitais europeias da cultura⁹ da Comissão Europeia, assim como a rede de cidades criativas da UNESCO¹⁰ (Figura 1) são exemplos desse fenômeno de utilização da

⁹ Projeto da União Europeia existente desde 1985. Informações disponíveis em: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en>. Acesso em: 15 jun. 2018.

¹⁰ Rede das Cidades Criativas criada pela UNESCO no ano de 2004. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/home>. Acesso em: jun. 2018.

cultura; os logos criados por esses órgãos para identificar as cidades selecionadas conferem legitimidade e garantem reconhecimento a nível internacional (Figuras 2 e 3). Nessa concepção, fica claro o contexto de competitividade interurbana em que está inserido o modelo da cidade criativa.

Figura 1- Mapa da rede de cidades criativas da UNESCO



Fonte: site da rede. Legenda: Artesanato & Arte Popular (laranja); Design (amarelo); Cinema (azul escuro); Gastronomia (verde); Literatura (azul claro); Mídia artística digital (roxo); Música (rosa). Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/>>

Figura 2 - Logo do programa Capital Europeia da Cultura



Fonte: site da aliança de indústrias criativas da União Europeia. Disponível em: <<http://eciplatform.eu>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

Figura 3 - Selo oficial da rede de cidades criativas da UNESCO



Fonte: site da rede. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/home>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

O geógrafo inglês Allen Scott lançou um olhar para a necessidade de estabelecer na cidade criativa uma cooperação intraurbana, baseada em uma gestão de interesses e políticas que se apliquem à cidade de forma a reconhecer as singularidades socioeconômicas de cada distrito, que competem entre si (ALLEN, 2006). Vale ainda referir que o Scott já vislumbrava, de forma não romantizada, os caminhos tortuosos que o modelo das cidades criativas poderia traçar, especialmente no que se refere ao agravamento de problemas sociais urbanos. Ele criticava as ideias simplistas de Florida, afirmando que criatividade não poderia simplesmente ser importada para a cidade através da atração da referida classe criativa (ALLEN, 2006, p. 15, tradução da autora). Nas palavras do autor,

[...] a ideia da cidade criativa fornece, no máximo, uma visão parcial das tendências e atuais possibilidades latentes nos padrões de desenvolvimento urbano. [...] grandes cidades podem contar hoje com capacidades criativas sem precedentes, mas também são lugares onde enormes desigualdades sociais, culturais e econômicas prevalecem, e não se pode afirmar que há verdadeira realização da cidade criativa onde esses insistentes problemas perduram (ALLEN, 2006, p. 15, tradução da autora).

Diante do exposto, vê-se que o modelo de cidades criativas, no plano teórico, não exclui a participação da população dos processos decisórios sobre a cidade. Pelo contrário, teoricamente, funda-se na ideia de que as pessoas não só importam como são determinantes para a concretização desse modelo, pois é, afinal, a presença da classe criativa que faz com que ele se torne possível. Pelo do modelo de cidade criativa, acredita-se que diversidade - isto é, a atração de pessoas com origens (culturais, étnicas, etc.), ideologias e áreas profissionais diferentes - é um dos grandes elementos desencadeadores da ambiência criativa. Isso também está presente nas ideias de Henri Lefebvre acerca do espaço urbano, compreendido como resultado de um constante processo de produção diretamente ligado às relações sociais ali desenvolvidas (LEFEBVRE, 1991). As premissas básicas para a criação das cidades criativas são verdadeiramente atraentes – falam de vivacidade urbana, cultura a nível de rua, interculturalidade, multiplicidade de usos do espaço urbano, valorização das identidades locais, desenvolvimento social e econômico, etc. Então, qual é o problema?

O problema, ou melhor, os problemas surgem na aplicação desse modelo à realidade, quando se revelam os interesses e a ideologia que o sustentam, bem como os impactos que causa nas distintas realidades urbanas. A própria definição de economia criativa e de cidades criativas oferecidas pela UNCTAD já revela tais aspectos. Aqui se utiliza o termo “modelo” expressando a natureza de idealização da cidade criativa. Isto é, não existe hoje uma cidade criativa completa, exatamente como o modelo infere; porém, muitas cidades adotaram políticas voltadas à consecução dos seus objetivos, resultando na formulação teórica das suas

características ideais e no modelo normativo que se disseminou na atualidade. Nesse sentido, não se pode afirmar estar diante de um tipo ideal weberiano, cuja construção não interessa como fim, mas apenas como meio de conhecimento da realidade – sem objetivos normativos ou teleológicos (WEBER, 1992).

Diante de tudo que foi referido, para os fins do presente estudo, parte-se da compreensão da cidade criativa enquanto um modelo de urbanização alinhado ao paradigma da cidade-mercadoria, que dispõe de estratégias de planejamento urbano neoliberal – como o planejamento estratégico e o empreendedorismo urbano – e cujos fundamentos estão em princípios mercadológicos. A administração pública utiliza-se do marketing urbano para vender uma imagem específica da cidade e atrair, de um lado, pessoas da classe criativa, e de outro, investimentos privados. Visa, assim, pôr em prática políticas urbanas voltadas ao desenvolvimento econômico de espaços da cidade, estimulando a implantação ou incremento de usos principais específicos. Trata-se de um modelo constituído a partir de ideais socioeconômicos e de outras experiências supostamente bem-sucedidas (*benchmarking*), em sua maioria oriundas de um circuito hegemônico – europeu e anglo-saxão – e neoliberal de políticas urbanas. Tais políticas tem sido promovidas por governantes, consultores e agências de desenvolvimento internacional, num verdadeiro “urbanismo à la carte” (DELGADILLO, 2014). Dessa forma, apesar da falta de estudos científicos sérios que forneçam melhor base teórica e mais evidências concretas do (alegado) sucesso do modelo (EVANS, 2009), a sua crescente aplicação é um fenômeno global.

2.2 Distritos Criativos

O fenômeno de aglomeração de empresas do mesmo setor em um determinado espaço geográfico não é algo novo nem, por si, prejudicial às cidades. Também não é novidade a existência de bairros, distritos ou zonas reconhecidas por seus usos específicos, com uma identidade funcional em relação à cidade - por exemplo, o bairro boêmio, ou a zona industrial, bairros predominantemente residenciais, etc. Nesse sentido, poder-se-ia questionar se o surgimento de distritos criativos não consiste apenas na materialização desse fenômeno já conhecido de “clusterização”. Por isso, antes de tratar da principal ferramenta de implementação do modelo de cidades criativas – qual seja, os distritos criativos - é importante distinguir duas formas por meio das quais a cidade criativa pode surgir: de forma “espontânea”,

a partir da criação natural de um campo criativo; ou de forma “artificial”, a partir da elaboração de um projeto que responda ao modelo já descrito.

Pela primeira, compreende-se que a cidade criativa é resultado do fenômeno complexo de surgimento de um campo criativo, que ocorre naturalmente (no sentido de não conduzido impositivamente por meio de políticas objetivas). A partir da aglomeração de negócios da indústria criativa - que só difere das aglomerações industriais comuns às décadas anteriores pela natureza de suas atividades – criam-se naturalmente outras redes associadas, como de trabalhadores, de moradores, de estabelecimentos relacionados ao lazer, à cultura e ao fornecimento de serviços em geral (ALLEN, 2006). É um processo similar ao que Jacobs (2011) entende por saudável ao refletir sobre os distritos e condições para garantir a diversidade urbana. É através dele que surgem, ou que se desenvolvem os diferentes usos principais combinados já existentes, resultando numa “organização natural da vitalidade urbana” (JACOBS, 2011, p. 189). Esse processo todo pode e costuma ser acompanhado de políticas e parcerias público-privadas com o fim de facilitar o entrelaçamento dessas redes.

Pela segunda forma de concepção de uma cidade criativa, compreende-se que a cidade criativa consiste em um modelo de urbanização fundamentado em um tipo de planejamento urbano. Nessa abordagem, o processo de implementação do modelo de cidade criativa não é natural nem espontâneo; ele é imposto e encerra um conjunto de normas de variados tipos com fins de moldar o espaço urbano de acordo com o uso que os atores sociais com poder decisório na cidade entendem mais importante, adequado ou lucrativo. Isto é, enquanto na abordagem da “cidade criativa espontânea” a existência do campo criativo é uma das condições para a própria concepção da cidade criativa, a abordagem da “cidade criativa modelo” propõe as condições da própria formação do campo criativo, de modo conduzido e, em certa medida, arbitrário. É essa abordagem que interessa no presente trabalho.

Nesse contexto, a criação de distritos criativos surge como uma forma de emular o fenômeno – que, de fato, pode se dar naturalmente – de aglomeração das atividades da indústria criativa em geral; surge também como uma forma de usar estrategicamente os recursos culturais da cidade tendo por objetivo o desenvolvimento local (VAZ, 2004, p. 3). É certo que implementar um modelo tão complexo como o da cidade criativa à totalidade de uma cidade implicaria na alteração significativa da sua estrutura de gestão, do planejamento e alocação de recursos, das suas dinâmicas e inclusive das relações sociais. Assim, como uma forma de reproduzir as condições naturais de formação de um campo criativo e de viabilizar, em termos práticos, a implementação desse modelo, instituiu-se a prática de criação de distritos criativos nas cidades.

Os distritos criativos cumprem um papel similar ao desempenhado historicamente pelos distritos industriais e parques tecnológicos. Os primeiros surgiram da concentração das indústrias de manufatura, que dependiam da proximidade de matéria-prima e de grandes contingentes de mão de obra – em sua maioria, mal assalariada e aglomerada nos distritos residenciais próximos das fábricas. Assim, a divisão da cidade em distritos servia também como uma forma de determinar onde residiriam aqueles que vendiam sua força de trabalho e aqueles que a compravam por preços baixos e em condições precárias. Essa imagem de separação da cidade dos trabalhadores – a sub-cidade – e a cidade em que a classe que possui os meios de produção habita é representada no filme alemão *Metropolis* (1927), dirigido por Fritz Lang, no qual o espectador é levado à realidade distópica futurista de 2026 (um século após a produção do filme), em que ricos industriais governam a cidade de Metropolis a partir da torre de arranha-céus tecnológicos, enquanto a classe trabalhadora reside e trabalha no subterrâneo. Também numa analogia fílmica, pode-se citar *Hunger Games* (Jogos Vorazes – 2012; roteiro adaptado da trilogia literária cujo primeiro volume foi publicado em 2008) que também retrata uma realidade distópica de um país fictício dominado por uma metrópole tecnologicamente avançada e dividida em doze distritos, cada um responsável pela produção e fornecimento de um produto – desde energia até alimentos e artigos de luxo.

Com os avanços tecnológicos da segunda metade do século XX e do século XXI, a natureza da atividade manufatureira mudou e sofreu um processo de dispersão nas cidades, à medida que evoluíram os meios de transporte e que o aumento populacional forçou a expansão das fronteiras urbanas. As novas tecnologias permitiram descobertas nas áreas da ciência, comunicação e informação. Com essas transformações, os distritos industriais foram gradualmente sendo abandonados – muitos permanecem assim até os dias de hoje, constituindo os chamados *brownfields* (os “campos marrons”, referindo-se à tonalidade da ferrugem de máquinas em desuso; são áreas industriais abandonadas e potencialmente contaminadas). No início dos anos 1950, surgiram os parques tecnológicos que, por sua vez, dependem diretamente de institutos de pesquisa e universidades, desenvolvendo-se majoritariamente em regiões mais afastadas do centro das cidades (KATZ; WAGNER, 2014).

Da fusão de elementos desses dois tipos de distritos, surgiram os chamados distritos de inovação, os quais, de acordo com Bruce Katz e Julie Wagner, servem para aumentar o número de empregos relacionados à criação e ao comércio de ideias, e promover atrair pessoas de diferentes áreas do conhecimento para áreas densamente urbanizadas (2014, p. 4.). Conforme esses autores, os distritos de inovação são a base para uma nova “economia da convergência” que incentiva o crescimento e surgimento de empresas mais competitivas e de empregos de

melhor qualidade a partir da concentração de pessoas diferentes, criativas e inovadoras. Pelas características, funções e objetivos dos distritos de inovação descritos por esses autores, bem como pelos referenciais teóricos que utilizam, pode-se perceber que são ferramentas quase idênticas aos distritos criativos, só que com terminologias diversas.

Embora criatividade e inovação sejam conceitos diferentes, estão intimamente conectados semântica e materialmente. Criatividade é o processo através do qual novas ideias são produzidas, enquanto inovação é o processo através do qual elas são implementadas (LANDRY; BIANCHINI, 1995). Assim, trata-se de uma escolha discursiva utilizar um termo ou outro. De qualquer maneira, para os autores que defendem o modelo da cidade criativa, os distritos criativos, ou de inovação, são uma forma de delimitar espacialmente o âmbito de aplicação de determinadas políticas de desenvolvimento urbano, ou de execução de projetos de regeneração urbana.

Há diversos formatos possíveis de distritos criativos, ou de inovação. Um desses formatos são os chamados *Business Improvement Districts* (distritos de melhoria de negócios, referidos pela sigla em inglês - BIDs). Muito comuns em países anglo-saxônicos, os BIDs são igualmente uma forma de delimitação do espaço urbano para implementação de projetos pontuais de revitalização. De acordo com Mitchell (2001), as BIDs surgem do acordo entre proprietários e empresários de uma determinada área que concordam em melhorar o fornecimento de serviços públicos para o local mediante a imposição de uma taxa ou tributo sobre todas as propriedades e negócios localizados dentro do perímetro escolhido (MITCHELL, 2001, p. 116). O autor aponta que, conforme dados empíricos da realidade estadunidense, esses serviços incluem principalmente: serviço de marketing urbano (produção de festivais e eventos, produção de material gráfico sobre o distrito, entre outros); serviços de manutenção em geral (coleta de lixo, remoção de grafite, limpeza urbana); de defesa dos interesses e demandas locais perante o governo municipal; e de segurança. Em último grau de importância, são também prestados serviços públicos de cunho social (2001, p. 120).

Esse formato se distingue dos demais pelo fato de que as BIDs, ao possuir autonomia fiscal e financeira, constituem uma estrutura de administração própria que fica responsável por gerir os fundos, por comunicar ao poder público as demandas locais e fornecer os referidos serviços. Isto é, cria-se, por lei, uma estrutura administrativa de caráter privado, a qual assume parte das funções que caberiam ao ente público local (ao menos no que diz respeito à prestação de serviços públicos) e que, conseqüentemente, assume a função de fiscalizar o cumprimento das normas relativas ao espaço geográfico do distrito. Além do papel de fiscalizadora, a administração da BID também possui autonomia para sugerir ao poder público novos usos e

alterações normativas de cunho jurídico-urbanístico para a área – o que será acatado e normatizado ou não. Esse é o formato assumido pelo distrito criativo de *Liberty Village*, em Toronto (Canadá), que será apresentado mais adiante.

No contexto brasileiro, já existem iniciativas para a criação oficial de distritos criativos. Em Porto Alegre (RS), foi criada recentemente a Zona de Inovação Sustentável de Porto Alegre (ZISPOA)¹¹ e está sob discussão uma iniciativa da sociedade civil voltada à criação de um Distrito Criativo¹², ainda sem reconhecimento na legislação municipal. No Rio de Janeiro, foi lançado em 2015 o projeto do Distrito Criativo do Porto (como parte do planejamento e obras para as Olimpíadas de 2016). Em São Paulo, está em discussão o Projeto de Lei municipal nº 65/2015 sobre a criação de distritos criativos, que são definidos como

territórios que visam fomentar as atividades que compõe a Economia Criativa por meio da concessão de diversos incentivos, e assim, criar um ambiente de desenvolvimento dos setores criativos e inovadores, além de promover empresas, coletivos de arte e produtores culturais, criando um arranjo produtivo local. (SÃO PAULO, 2015).

É nos distritos criativos que diferentes formas de governança e diferentes instrumentos de indução do desenvolvimento urbano podem ser testados, em uma escala “segura”. No Estatuto da Cidade, há previsão de diversos instrumentos desse tipo, como, por exemplo, a Outorga Onerosa do Direito de Construir (arts. 28-31) e as Operações Urbanas Consorciadas (arts. 32-34). A primeira, também conhecida como “solo criado”, consiste na concessão pelo poder municipal para que o proprietário de um imóvel edifique acima dos limites legais, estabelecidos pelo coeficiente de aproveitamento básico para cada área da cidade, mediante contrapartida financeira a ser prestada pelo beneficiário.

Especialmente as Operações Urbanas Consorciadas interessam quando se discute a ferramenta dos distritos criativos. Trata-se de um “instrumento de implementação de um projeto urbano para uma determinada área da cidade”, redesenhando-a e sendo implantado por meio de “parceria entre proprietários, poder público, investidores privados, moradores e usuários permanentes” (BRASIL, 2002). No plano diretor da cidade de Porto Alegre¹³, por exemplo, as OUCs estão previstas como “Projeto Especial de Impacto Urbano de 3º Grau” (art. 63), podendo

¹¹ Lei Municipal nº 12.381 de 9 de março de 2018, que “Institui e define como Zona de Inovação Sustentável de Porto Alegre (Zispoa) a área que especifica, compreendida entre os Bairros Bom Fim, Farroupilha, Floresta, Independência, Rio Branco e Santana.” (PORTO ALEGRE, 2018).

¹² Para mais informações: <https://distritocriativo.wordpress.com/>. Acesso em mai. 2018.

¹³ Disponível em: http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/spm/usu_doc/planodiretortexto.pdf.

tratar-se de projetos de revitalização, estruturação urbana ambiental, preservação de identidades locais, entre outros (Art. 53, §1º, incisos).

A cidade é planejada de forma a distribuir organizadamente ao longo do espaço urbano as atividades que condizem com os usos já consolidados, ou com usos que se pretende estimular. Porém, a cidade vista como um conjunto de distritos individualizados, separados funcionalmente, é uma cidade fragmentada, desconectada. Como refere Jacobs, “qualquer uso principal isolado é um gerador de diversidade urbana relativamente ineficiente” (2011, p. 177). Assim, os distritos criativos servem de ferramenta jurídico-urbanística para a administração local escapar às fronteiras previamente estabelecidas no planejamento urbano tradicional da cidade e criar novas delimitações espaciais onde incidirão normas especiais, como se verá a seguir. Diante do exposto, é possível afirmar que a ferramenta do distrito criativo é o principal instrumento jurídico-urbanístico que permite que o modelo de cidades criativas seja implementado.

3 DESENHO TEÓRICO E METODOLÓGICO

Na seção anterior, introduziu-se a problemática do modelo da cidade criativa e da ferramenta dos distritos criativos como sua principal forma de implementação. Nesta seção, é detalhado o desenho teórico e metodológico do presente estudo, que foi elaborado com objetivo de analisar como funciona, de fato, o distrito criativo enquanto ferramenta jurídico-urbanística utilizada para implementação do modelo da cidade criativa. Nesse sentido, primeiro é discutida a perspectiva teórica desse trabalho, a geografia jurídica, que está relacionada à sociologia do direito. São explicitados os pares conceituais teóricos que guiaram a análise das informações sobre os casos de distritos criativos abordados. Na sequência, é delineada a metodologia utilizada nesta pesquisa, envolvendo a análise de dois casos - o *Distrito de las Artes*, em Buenos Aires, Argentina; e a *Liberty Village*, em Toronto, Canadá.

3.1 A Perspectiva da Geografia Jurídica

A compreensão das estruturas normativas ligadas ao modelo da cidade criativa e à ferramenta jurídico-urbanística dos distritos criativos demanda o conhecimento desenvolvido no campo de estudos sociojurídicos que trata das conexões entre o direito e o espaço: a geografia jurídica. Enquanto um projeto intelectual interdisciplinar que se relaciona ao estudo das interações entre direito e sociedade, a geografia jurídica pode ser definida como o intercruzamento de linhas de pesquisa oriundas da confluência de interesses em comum (BRAVERMAN et al., 2014). O conhecimento desenvolvido sob esse viés fornece importantes instrumentos teóricos para abordar diversos temas relacionados ao direito e ao espaço urbano.

A partir da perspectiva da geografia jurídica, Lucas Konzen (2013) desenvolveu um conjunto de categorias teóricas para o propósito específico de compreender a regulação dos espaços públicos em cidades que seguem o modelo turístico de desenvolvimento urbano. Para construção dessas categorias, foram utilizadas como base, entre outros aportes, a teoria da produção do espaço do sociólogo urbano francês Henri Lefebvre (1991) e a teoria das normas e da ação normativa dos sociólogos do direito escandinavos Håkan Hydén e Måns Svensson (2008), as quais são apresentadas resumidamente a seguir, a partir da análise de Konzen (2013, p. 68-73 e 77-82).

A teoria da produção do espaço entende o espaço simultaneamente como um produto do processo de produção social, uma força produtiva que afeta a produção social, além do

espaço físico onde se dão as relações sociais. Para explicar a produção social do espaço, Lefebvre (1991) concebeu a seguinte tríade conceitual: as práticas espaciais, as representações do espaço e os espaços de representação. Por práticas espaciais, entende-se a apropriação material dos corpos no espaço enquanto ambiente físico e tudo o que ela envolve – ritmos, rotinas, atividades, comportamentos. Já as representações do espaço se referem ao exercício de atribuição de sentido, através de um sistema de sinais escolhidos pelos grupos sociais hegemônicos, ao ato de existir e estar em determinado espaço; trata-se de criar um modelo mental que guie as práticas espaciais dos atores. Esses modelos mentais costumam ser disseminados como científicos, neutros e os únicos possíveis, mas são verdadeiros instrumentos de exercício de poder no espaço pelos grupos hegemônicos visando atingir seus interesses e influenciar as práticas sociais dos outros grupos de acordo com a sua ideologia. Por fim, os espaços de representação também consistem em um exercício de atribuição de sentido, porém de natureza simbólica, mais subjetiva e afetiva – desejos, memórias individuais e coletivas relacionadas ao espaço - por parte dos grupos sociais não hegemônicos. São normalmente relacionados às “formas alternativas” de vida social, como as manifestações artísticas, culturais ou festivas (KONZEN, 2013, p. 69-71).

Já a teoria das normas e da ação normativa fornece uma metodologia de conceitualização e categorização das normas que de fato condicionam a ação social. Håkan Hydén e Måns Svensson (2008) propõem compreender que o conceito de norma é formado por atributos essenciais – aqueles que todas as normas têm em comum – e por atributos acidentais – que são aqueles que permitem a sua classificação em diferentes tipos. Partindo dessa metodologia, Konzen identificou, com o propósito de analisar como são regulados os espaços públicos nas cidades turísticas, ao menos três tipos de normas, as quais, embora possuam características básicas comuns (essenciais), distinguem-se entre si por sua origem, arena de reprodução e mecanismos de implementação”, ou seja, por esses atributos acidentais: as “normas jurídicas”, as “normas ideológicas” e as “normas sociais” (2013, p. 80). As normas jurídicas são formais, explicitadas nos textos legais, nas decisões judiciais, e nos documentos oficiais; as normas ideológicas estão relacionadas à dimensão normativa das ideologias e, embora expressem interesses de grupos sociais específicos, manifestam-se como ideais normativos propostos por grupos sociais à sociedade como um todo”; e as normas sociais, informais e não institucionalizadas, estão associadas às relações cotidianas das pessoas em comunidades de menor escala (KONZEN, 2013, p. 80-82).

A partir das teorias mencionadas e dos dados empíricos recolhidos em sua investigação sobre o tema da regulação de espaços públicos em cidades turísticas, Konzen constrói um conjunto de conceitos que se relacionam em pares, de forma a possibilitar a compreensão da relação entre o direito e espaço como uma via de mão dupla. Assim sendo, termina por afirmar que “a regulação do espaço público é o resultado da interação entre cinco pares conceituais: práticas sociais e práticas espaciais, normas jurídicas e espaços jurisdicionais, práticas jurídicas e zoneamento espacial, normas sociais e espaços territoriais e normas ideológicas e representações do espaço” (KONZEN, 2013, p. 301).

As normas jurídicas consistem em instruções imperativas de comportamentos positivadas pelo Estado e reproduzidas socialmente. Essas normas somente são válidas dentro dos limites de um espaço jurisdicional específico, que, por sua vez, consiste em uma “coleção de normas jurídicas emanadas pelo Estado representando uma área abstrata com o propósito de organizar o exercício de seus poderes” (KONZEN, 2013, p. 272). Assim, jurisdições são representações do espaço, servindo como modelos de orientação das práticas jurídicas e ferramentas de elaboração de políticas, de acordo com critérios de conveniência da administração (KONZEN, 2013, p. 270-272).

As práticas jurídicas consistem nos atos e mecanismos utilizados pelos membros da administração pública - pessoas oficialmente autorizadas a fazer uso de meios coercitivos - visando ao cumprimento das normas jurídicas. Essas práticas variam de acordo com o espaço, não apenas em razão da existência de diferentes normas jurídicas que permitem essa variação. Há casos em que, mesmo não havendo previsão normativa de diferenças nas práticas jurídicas, os atos e mecanismos utilizados pelos agentes públicos mudam de acordo com as diferentes áreas dentro do espaço urbano. Ou seja, correspondendo à categoria das práticas jurídicas, existe outra categoria que diz respeito à espacialidade dessas práticas. O par conceitual das práticas jurídicas é o que Konzen chama de “zoneamento espacial” (2013, p. 273),¹⁴ que parte da compreensão de que a implementação e eficácia das normas varia em todo o perímetro urbano; isto é, existe um elemento de espacialidade quanto à própria atividade de fiscalização e indução do cumprimento das normas pelo poder público. Além disso, com alguma frequência, o conteúdo abstrato do texto legal contrasta com a realidade dos atos de execução normativa por parte da administração pública. Essa discrepância é, em certa medida, prevista e permitida, visto

¹⁴ O termo “zoneamento” aqui utilizado não diz respeito ao zoneamento funcional administrativo referido anteriormente; trata-se de tradução direta da categoria cunhada por Konzen (*spatial zoning*) para se referir à espacialidade das práticas jurídicas.

que o Poder Público goza de alguma margem de discricionariedade. Essa falta de correspondência é forte indicativo de que as práticas jurídicas “são marcadas por um alto nível de seletividade espacial” (p. 275). Ressalta-se que tal seletividade espacial não é, por si, um problema, mas a sua constatação permite refletir sobre suas formas e impactos (KONZEN, 2013, p. 273-275).

Outro par de conceitos diz respeito às normas sociais e aos espaços territoriais. Como referido, o conceito de normas sociais está associado a comunidades unidas e de menor escala, e sua eficácia tem como principal força a aprovação, ou rejeição dos membros da comunidade. Assim, a própria definição espacial de uma comunidade específica depende do estabelecimento de um conjunto de normas sociais distintivas para monitorar seus limites. Nesse sentido, os “espaços territoriais com fronteiras mais ou menos precisas são definidos de forma concreta, não abstratamente, por meio de práticas cotidianas de estabelecimento e execução de normas dentro de organizações comunitárias” (KONZEN, 2013, p. 277). São as normas sociais, portanto, que regulam quem pertence ou não a determinada comunidade, definindo os espaços territoriais e servindo ora como ferramenta de inclusão, ora como mecanismo de exclusão (KONZEN, 2013, p. 276-278).

Por fim, para além desses três pares de conceitos, baseados nas relações entre as normas jurídicas e sociais, Konzen avalia que normas ideológicas também devem ser “especializadas”, visto que associadas às representações do espaço turístico (2013, p. 279). Tais normas funcionam como mecanismos de influência indireta da indústria do turismo sobre as ações das autoridades locais na cidade turística, acarretando na configuração de padrões desiguais de desenvolvimento urbano e na projeção de mecanismos de controle seletivo do público. Além disso, essas normas se relacionam com as representações do espaço, nos termos lefebvrianos, tendo em vista acarretarem na concepção de expectativas normativas referentes aos espaços turísticos por meio imagens e artefatos, como mapas e cartões postais (KONZEN, 2013, p. 281-282).

Esse último tipo de normas assume papel determinante no modelo da cidade criativa. É possível supor que, neste modelo, as normas ideológicas estão igualmente relacionadas às representações do espaço pelos grupos hegemônicos, causando (con) fusão entre ideologia e conhecimento e fazendo com que tais representações do espaço sejam extremamente influentes e percebidas como verdadeiras expressões culturais da cidade. No entanto, no caso da cidade criativa, ao invés da indústria do turismo atuar como principal ator social, é a indústria criativa que assume esse papel. Por se tratar de normas invisíveis, muitas vezes de difícil elaboração

racional, sua eficácia só é passível de percepção a um nível macrossocial, ou seja, sobre a coletividade de atores sociais no distrito criativo – ou na cidade como um todo. Detectar as normas ideológicas que fazem parte da estrutura da cidade criativa permite não apenas compreender quais interesses são expressos por esse modelo, mas também quais expectativas normativas são concebidas ao se instituir distritos criativos voltadas à consecução desse modelo.

Sustenta-se nesse trabalho, portanto, que categorias teóricas mencionadas não servem apenas para compreender a regulação do espaço urbano em cidades que perseguem o modelo da cidade turística. Afinal, na cidade criativa tem-se os mesmos pontos de partida daquela: um contexto de competitividade interurbana; o foco na promoção da “cidade que atrai” ao invés de uma “cidade que inclui”; as normas e práticas jurídicas diferentes para espaços aparentemente iguais; e as mesmas narrativas de venda de modelos de cidade infalíveis, as cidades turísticas e criativas apresentam diversas similaridades que apontam para a possibilidade de análises em paralelo. A formulação de uma imagem de cidade atrativa perpassa também a dimensão e objetivos próprios do incentivo ao turismo. Além disso, como refere Reis, o “*locus* essencial de uma cidade criativa é apresentado de modo quase consensual como sendo o conjunto de espaços públicos – palcos da conexão de diversidades, ideias e atividades e do compartilhamento da própria cidade.” (2012, p. 53).

Nesse contexto, a tipologia de normas proposta por Konzen foi utilizada para descobrir quais são as normas que edificam e materializam o modelo da cidade criativa, buscando analisar, a partir dos casos selecionados, como se relacionam as dimensões normativa e espacial. Partindo da revisão bibliográfica acerca da problemática das cidades criativas, com a qual se verificou tratar-se de um modelo formulado a partir de uma base ideológica, supõe-se que seja possível identificar, em especial, as normas ideológicas em comum entre os casos selecionados e apresentados adiante. Se correta essa suposição, as normas ideológicas comuns serão potencialmente identificáveis em outros tantos distritos criativos existentes (ou que vierem a ser criados) e tenderão a influenciar o conteúdo das normas jurídicas presentes em cada realidade social urbana. Assim, no presente trabalho, concentra-se a análise nesses dois tipos de normas – ideológicas e jurídicas.

3.2 Metodologia: Análise de Casos Documentados na Literatura

A metodologia utilizada foi a de análise de casos de distritos criativos cuja implementação já estava suficientemente documentada pela literatura na área dos estudos urbanos. Na busca por dois casos emblemáticos, três questões foram observadas: primeiramente, se os termos “cidade criativa” e/ou “distrito criativo” eram utilizados para definir o caso apresentado na literatura especializada; segundo, se as cidades fomentam uma autoimagem de criativas e inovadoras, sendo utilizado como indicador dessa autoimagem o seu vínculo à já referida Rede de Cidades Criativas, lançada pela UNESCO em 2004; terceiro, que ao menos um dos casos fosse latino-americano, a fim de testar especificamente a hipótese de que esse modelo, por ter origem e aplicabilidade nos países hegemônicos, implementa-se por meio de outras normas e causa outros impactos em países periféricos – mais especificamente, na América Latina.

Assim, a presente pesquisa se desenvolveu a partir dos elementos recolhidos em dois estudos de caso referentes a cidades que tiveram a implantação de distritos criativos enquanto ferramenta para sua transformação em larga escala: um estudo acerca do caso do *Distrito de las Artes*, na cidade de Buenos Aires (Argentina); e um estudo sobre o caso de *Liberty Village*, na cidade de Toronto (Canadá).

A seleção de um caso no contexto de Buenos Aires foi especialmente motivada pelo fato de se tratar de uma cidade latino-americana de grande relevância histórica, política e econômica. Assim, o caso do *Distrito de las Artes* ilustra os impactos da implementação de um modelo de desenvolvimento urbano originário do Norte Global em uma metrópole do Sul-Global.

Quanto ao estudo de um caso no contexto de Toronto, trata-se de uma escolha motivada pelo fato da cidade canadense ser citada como referência em diversos estudos concernentes ao modelo da cidade criativa. O caso de *Liberty Village* ilustra, dessa forma, os efeitos da implementação desse modelo de desenvolvimento urbano em uma metrópole do Norte Global, contexto do qual é originário. Ademais, *Liberty Village* é um distrito criativo que surge nos moldes do que ficou conhecido internacionalmente por *Business Improvement Area* (BIA), destacando-se assim por possuir uma estrutura administrativa própria e certo grau de autonomia financeira e fiscal, diferentemente do caso argentino.

O trabalho referência para compreender o caso do *Distrito de las Artes* é de autoria da Ana Gretel Thomasz e foi publicado na *Revista de Estudios Urbanos Regionales* (EURE) em maio de 2016. O objetivo do estudo é analisar como a criação dos distritos afeta a população que habita nos espaços assim delimitados pelo poder público. Trata-se de um estudo crítico

acerca da criação de um distrito voltado às atividades da indústria artística e cultural, cujas fontes consistem em documentos oficiais emitidos pelo governo local e entrevistas com moradores do distrito, representantes de movimentos sociais contrários à implementação do projeto e servidores públicos. Em particular, esse estudo sobre o *Distrito de las Artes* traz elementos importantes para pensar o modelo da cidade criativa a partir das impressões e dos discursos dos atores sociais invisibilizados no processo de criação e implementação desse distrito criativo (THOMASZ, 2016).

Já o estudo utilizado como base para compreender o caso de *Liberty Village* é de autoria de John Paul Catungal, Deborah Leslie e Yvonne Hii e foi publicado na revista *Urban Studies* em 2009. As autoras estão interessadas em descobrir como as representações de *Liberty Village* distinguem-na em relação a outras áreas da cidade, deslocando para outros lugares atividades e significações que poderiam ser ali desenvolvidas. Trata-se do resultado de uma pesquisa empírica que explora as construções de distritos criativos e os impactos que causam em diferentes atores sociais, tendo em vista o contexto de competitividade entre cidades e bairros pela formação de espaços simbólicos de criatividade, cultura, além das questões estéticas. Foram realizadas mais de trinta entrevistas com planejadores urbanos, servidores do governo de Toronto, pessoas do *Business Improvement Association*, empreendedores criativos, artistas, fabricantes locais e organizações sem fins lucrativos. Os dados das entrevistas foram cruzados com material de jornais, sites e documentos oficiais (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009).

Apesar da importância das evidentes variações de contexto entre os casos do *Distrito de las Artes* e da *Liberty Village*, a existência de elementos convergentes, como os descritos anteriormente, e a própria referência a um mesmo modelo abrangente de cidade criativa, permitem compreender as potencialidades positivas e negativas desse modelo ao redor do mundo. Isto é, a partir de estudos já publicados em importantes revistas científicas acerca dos processos e impactos da implementação desses distritos criativos, fez-se possível reunir elementos que permitem utilizar as categorias teóricas mencionadas visando compreender o funcionamento normativo desse instrumento jurídico-urbanístico.

Por certo, a utilização de elementos empíricos trazidos por estudos de caso disponíveis na literatura como fontes de informação, ao invés do estudo direto desses casos por meio de fontes primárias de dados, é uma das limitações metodológicas da presente pesquisa. Por esse motivo, a análise foi complementada com consultas diretas às fontes utilizadas pelas autoras desses estudos (essencialmente documentos oficiais) e se concentrou sobre as normas jurídicas e ideológicas envolvidas em cada caso. Assim, ao sistematizar os achados desses estudos de caso com foco nos aspectos espaciais e normativos, torna-se viável discutir o funcionamento

dos distritos criativos enquanto ferramenta jurídico-urbanística e os possíveis impactos negativos e positivos do modelo da cidade criativa.

4 DISTRITOS CRIATIVOS: CASOS

A fim de identificar quais normas estruturam o modelo da cidade criativa, são discutidos a seguir dois casos que ilustram como funciona, de fato, o distrito criativo como ferramenta jurídico-urbanística. Assim, é apresentado primeiramente o caso do *Distrito de Las Artes*, em Buenos Aires, Argentina; e, após, o caso da *Liberty Village*, em Toronto, Canadá.

4.1 Distrito de las Artes - Buenos Aires, Argentina

A política de criação de distritos criativos em Buenos Aires se iniciou em 2008 por iniciativa da gestão de centro-direita liderada por Mauricio Macri, que havia recém assumido o governo municipal da *Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. Thomasz (2016) afirma que tal política é baseada no modelo de cidade criativa, pois propicia a *clusterização*, isto é, a concentração geográfica das indústrias criativas, sob a justificativa de que a aglomeração de agentes, empresas e instituições em espaços que reúnem certas características seria positiva em termos urbanos e econômicos.

Membro da rede de cidades criativas da UNESCO desde 2005, Buenos Aires assumiu uma política de criação de distritos em “quatro bairros subdesenvolvidos” como forma de promover competitividade e fomentar suas características criativas¹⁵ (UNESCO, 2016). Entre 2008 e 2013, foram criados quatro distritos criativos na cidade. Antes da criação do *Distrito de las Artes*, que data do final de 2012, por meio da Lei nº 4.353/2012¹⁶, já haviam sido criados os distritos tecnológico (Lei nº 2.972/08¹⁷) e audiovisual (Lei nº 3.876/11¹⁸). Posteriormente, foi criado ainda o distrito do desenho (Lei nº 4.761/13¹⁹). Consta nas leis instituidoras de cada um desses distritos que o cumprimento e aplicabilidade das normas que os regulamentam são de responsabilidade do órgão da administração direta municipal responsável por assuntos de desenvolvimento econômico, na época denominado *Ministerio del Desarrollo Económico*. Consta também que se tratam de iniciativas voltadas ao desenvolvimento econômico de áreas

¹⁵ Relatório oficial da cidade de Buenos Aires para a rede da UNESCO disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/node/7>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

¹⁶ Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley4353.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

¹⁷ Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley2972.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

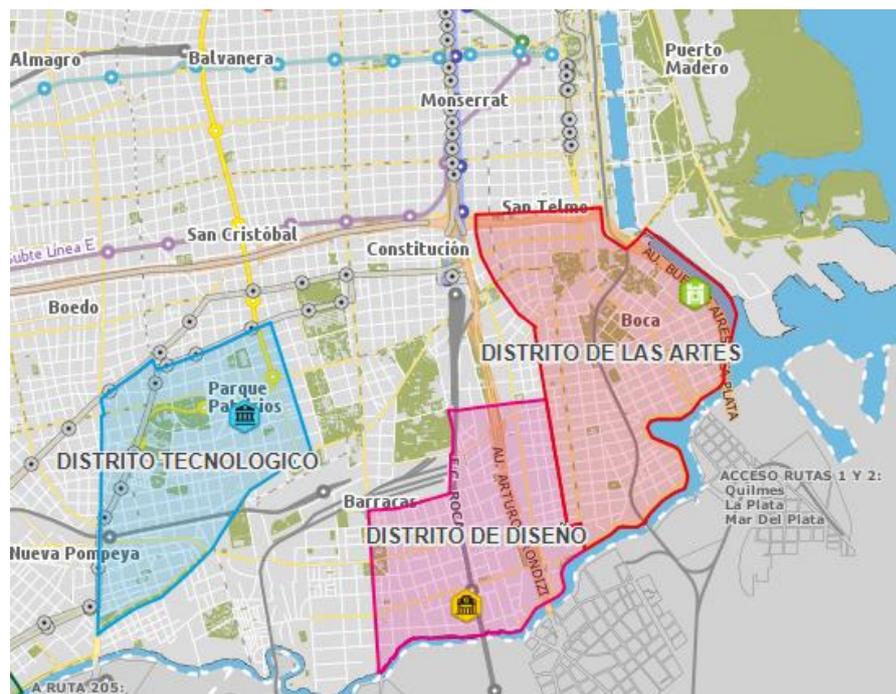
¹⁸ Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley3876.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

¹⁹ Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley4761.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

específicas pela atração de empresas privadas por meio de incentivos econômicos – basicamente isenções fiscais. Vistos de forma conjunta, esses marcos legislativos sugerem que o poder público local, visando elevar a capacidade competitiva da cidade e corresponder aos índices da rede internacional, decidiu investir em infraestrutura urbana que atraísse investidores privados e viabilizasse o desenvolvimento econômico setorizado.

O *Distrito de las Artes* se estende por 300 hectares na região do bairro La Boca e setores dos bairros San Telmo e Barracas (Figura 4). Embora seja quase equivalente, em termos físico-geográficos, aos limites administrativos do bairro La Boca, consiste em um novo espaço criado pela legislação municipal, delimitado e regulamentado por normas jurídicas próprias – um novo espaço jurisdicional. Corroborando com a ideia de que se trata de um novo espaço, diferente do restante da cidade, o distrito ganhou também uma identidade visual própria (Figura 5), utilizada para identificar as atividades e iniciativas realizadas no local.

Figura 4 – Perímetros de três distritos criativos de Buenos Aires



Fonte: site oficial do governo municipal de Buenos Aires, Argentina. Disponível em: <http://www.buenosaires.gob.ar/distritodelasartes/mapa>. Acesso em: 20 jun. 2018.

Em termos de contexto social, o bairro La Boca – principal área abrangida pelo *Distrito de las Artes* – é, ainda hoje, uma das regiões mais pobres, carentes de serviços públicos e com a maior concentração de imóveis de aluguel de Buenos Aires. Corresponde idealmente,

portanto, ao requisito do “subdesenvolvimento” estabelecido pelo governo local para implementação da política de distritos. Por outro lado, conta com um grande número de instituições sociais – que realizam atividades de cunho filantrópico e comunitário – e de uma importante comunidade de artistas independentes. O bairro da Boca serviu de inspiração, em meados do século XX, para diversos artistas, em especial das artes plásticas²⁰ e escritores, o que contribuiu para ser conhecido até hoje como uma região de artistas. De acordo com Thomasz (2017), foi baseado na história do bairro que o governo local criou o *Distrito de las Artes*, investindo na construção de uma imagem de retomada simbólica da tradição artística boquense (que se mostrou problemática, como veremos adiante).

Figura 5 - Logo do Distrito de las Artes



Fonte: livro digital sobre o Distrito de las Artes. Disponível em: <<http://www.buenosaires.gob.ar/distritodelasartes/libro-digital>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

Em termos de contexto social, o bairro La Boca – principal área abrangida pelo *Distrito de las Artes* – é, ainda hoje, uma das regiões mais pobres, carentes de serviços públicos e com a maior concentração de imóveis de aluguel de Buenos Aires. Corresponde idealmente, portanto, ao requisito do “subdesenvolvimento” estabelecido pelo governo local para implementação da política de distritos. Por outro lado, conta com um grande número de instituições sociais – que realizam atividades de cunho filantrópico e comunitário – e de uma importante comunidade de artistas independentes. O bairro da Boca serviu de inspiração, em meados do século XX, para diversos artistas, em especial das artes plásticas²¹ e escritores, o que contribuiu para ser conhecido até hoje como uma região de artistas. De acordo com Thomasz (2017), foi baseado na história do bairro que o governo local criou o *Distrito de las*

²⁰ O movimento de pintores “de La Boca”, do início do século XX marcou a história das artes plásticas na Argentina e resultou num grande acervo de cenas boquenses da época.

²¹ O movimento de pintores “de La Boca”, do início do século XX marcou a história das artes plásticas na Argentina e resultou num grande acervo de cenas boquenses da época.

Artes, investindo na construção de uma imagem de retomada simbólica da tradição artística boquense (que se mostrou problemática, como veremos adiante).

O acontecimento urbano que precedeu a criação do distrito foi a conversão de uma usina elétrica desativada em um “imponente e seletivo espaço cultural” chamado de *Usina de las Artes* em maio do mesmo ano. Esse formato de desenvolvimento distrital a partir da requalificação de uma edificação sob o discurso de incentivo à cultura remete ao processo de culturalização da cidade; o que parece ter originado a criação do distrito criativo neste caso é, pois, um processo de regeneração urbana pontual através do uso estratégico de recursos culturais. Para controlar esse processo e a aplicação das novas regras, criou-se, no âmbito do *Ministerio del Desarrollo Económico*, um registro junto ao qual devem se inscrever – e apresentar os documentos exigidos – todos aqueles que tenham interesse de se instalar, ou de atuar no perímetro e usufruir dos benefícios do *Distrito de las Artes*. É, portanto, um órgão estatal municipal que faz a fiscalização do cumprimento dessas normas jurídicas, por meio das práticas jurídicas de seus agentes.

De acordo com a Lei nº 4.553, são potenciais beneficiários do *Distrito de las Artes* todas as pessoas físicas ou jurídicas que realizem ou fomentem atividades artísticas, musicais, literárias e cênicas como suas atividades principais (art. 2). Interessante observar que a linguagem da lei se refere aos “beneficiários”, já indicando que se tratam de normas jurídicas que propõem vantagens aos seus destinatários. São benefícios de natureza econômica, unicamente concedidos àqueles que exercerem as atividades fomentadas no espaço geográfico circunscrito; traduzem-se sobretudo em normas de renúncia fiscal referentes aos seguintes impostos: Imposto Imobiliário, chamado de *Alumbrado, Barrido y Limpieza (ABL)*; o imposto de registro de compra de imóveis, chamado *Impuesto de Sellos*; o imposto referente à construção ou reforma, chamada de *Tasa de Derecho de Delineación y Construcciones*; e os impostos de registro do exercício de atividades lucrativas, chamados de *Ingresos Brutos*. Além disso, os beneficiários podem ter acesso a linhas de crédito mantidas pelo poder público municipal para a compra, construção e reforma de imóveis na área, ou ainda para adquirir os equipamentos necessários.

A lei cria três tipos de beneficiários: os “desenvolvedores de infraestrutura artística” (*desarrolladores de infraestructura artística*), que são as pessoas que dedicam seus negócios imobiliários (compra, venda, aluguel, reforma, ampliação) principalmente (50% da área do imóvel, da renda que movimentam, ou ainda dos empregados que possuem) ao fomento de atividades artísticas; os “proprietários ou locatários de Estúdios de Artistas”, que são as pessoas

proprietárias ou locatárias de edifícios residenciais ou espaços que sejam ocupados, no mínimo, em 30% pelos beneficiários do primeiro tipo (desenvolvedores de infraestrutura artística); e os “centros culturais” e “centros educativos”, que são as instituições localizadas no novo distrito que ofereçam cursos e oficinas vinculadas às atividades fomentadas.

Para Thomasz, essas definições – em especial dos dois primeiros tipos - confundem os artistas com outro tipo de agentes que mercantilizam e comercializam “obras artísticas” (2016, p. 149). Essa confusão, no entanto, não parece todo incidental. Destacam-se dois problemas na opinião da autora: primeiro, que há uma lacuna na lei (mantida no decreto que a regulamenta, Decreto nº 240/2013²²) quanto ao conceito de “obras artísticas”; segundo, que a lei coloca como beneficiários os artistas propriamente ditos e, no mesmo patamar, as pessoas físicas ou jurídicas que não exercem atividades artísticas, mas que, por suas atividades econômicas na região – essencialmente imobiliárias – também usufruirão dos benefícios da lei. O mesmo acontece com lojas, bares e restaurantes que destinam 50% de sua área às atividades fomentadas e o restante da área para as atividades que bem entenderem. Assim, pela letra da lei, donos de galerias, empresários, ou mesmo grandes corporações que desenvolvam o comércio, gestão ou difusão de produtos ligados à indústria cultural são tratados da mesma forma que os artistas independentes.

Neste contexto, vê-se que a lacuna legislativa relativa ao que se entende por “obras artísticas - que aparenta se referir a um aspecto secundário à delimitação da área e criação de políticas relativas ao novo distrito, mas que diz respeito à própria definição das atividades a serem ali desenvolvidas - pode servir para, no mínimo, conferir maior margem de discricionariedade aos agentes da administração pública responsáveis pela aplicação e fiscalização da lei. A norma jurídica deixa aberta a possibilidade para variações em sua aplicação. Ou seja, os agentes da administração contam, nesse caso, com um maior grau de discricionariedade quanto à aplicação e fiscalização do cumprimento de todo um corpo normativo aplicável a um espaço delimitado – qual seja, o *Distrito de Las Artes*. É possível identificar, portanto, a presença do par conceitual das práticas jurídicas, isto é, o chamado zoneamento espacial, que indica a existência de um elemento de espacialidade quanto à atividade de regulamentação e fiscalização do cumprimento das normas pelo poder público.

Fica evidente a dimensão ideológica das normas jurídicas quanto aos atores sociais beneficiados e os (in)visibilizados na lei que cria o *Distrito*. Thomasz comenta que não há

²² Disponível em: <<http://www.buenosaires.gob.ar/distritodelasartes/beneficios-para-empresas>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

previsão de isenções ou outras vantagens similares para as pessoas que já residem na área, fazendo com que os verdadeiros beneficiários da lei, em termos práticos, sejam “os grandes investidores e empreendedores externos e [...] a pequena elite que sustenta os elementos da classe criativa” (2016, p. 151). Considere-se os seguintes atores sociais que já existiam e predominavam na área: pessoas que residem em assentamentos, ou em imóveis locados por inteiro, ou por peça; escolas, hospitais, centros esportivos, centros comunitários; organizações sociais e/ou políticas; comerciantes do ramo alimentício; e proprietários de classe média. Pelos termos da lei, nenhum desses atores é beneficiário da criação do *Distrito de las Artes*. Os centros culturais comunitários e os artistas independentes são beneficiários apenas da isenção do Imposto Imobiliário (*ABL*). Já os investidores imobiliários (pessoas físicas ou jurídicas) que adquiram imóveis para reforma ou construção no local, são beneficiários das isenções dos quatro impostos acima referidos (imobiliário, imposto de registro de compra de imóveis, imposto de construção ou reforma e os impostos de registro do exercício de atividades lucrativas)²³.

Vê-se que as normas jurídicas instituidoras desse espaço jurisdicional de Buenos Aires servem não apenas para atrair investimentos a uma área específica, como também para agravar uma situação de desigualdade de forças narrativas e econômicas. Na medida em que essas normas tornam mais difícil para os moradores do local resistir às transformações do espaço resultantes das políticas de urbanização, embora não determinem de forma expressa e direta a sua expulsão, decididamente não os estimulam a permanecer no local. Em outras palavras, ao passo que as normas de isenção tributária beneficiam apenas determinados atores sociais, acabam indiretamente estimulando a retirada mediata de outros atores – sabidamente aqueles que possuem menor poder econômico e maior relevância social. Ocorre um agravamento da expressão espacial das desigualdades econômicas conduzido pelo ente estatal e os parceiros privados, atraídos pelo novo espaço criado na cidade que atende aos seus interesses.

Assim, o que supostamente seria um movimento de valorização da tradição artística local do bairro da Boca, revela-se como uma imagem de fachada para atingir outros fins que não o desenvolvimento de um campo criativo por meio do fomento das artes e da proteção do patrimônio histórico-cultural: “A lei prepara o terreno para um processo de privatização, mercantilização e espetacularização das expressões artístico-culturais locais” (THOMASZ, 2016, p. 157). Ao mesmo tempo, o conjunto de normas jurídicas que cria o novo espaço

²³ Ver tabela no ANEXO A.

jurisdicional reduz os significados e a cultura da região à sua tradição artística, esquecendo-se de todo o trabalho voltado ao desenvolvimento social e comunitário historicamente empenhado.

O interesse de investidores imobiliários e da indústria criativa, aliado ao interesse público de “resolver” uma área socioeconomicamente marginalizada da cidade, resulta, portanto, em um modelo mental que guia as práticas espaciais de urbanização e regeneração urbana, passando ao largo das questões sociais emergentes do local. Trata-se da concepção de representações do espaço pelos atores sociais hegemônicos – poder público, investidores imobiliários e empresários da indústria criativa - instrumentalizando o uso da cultura como ativo econômico, por um lado, e ferramenta de exclusão social, por outro. Nesse sentido, Thomasz afirma que são as grandes empresas, os investidores do setor imobiliário e a pequena elite pertencente à classe criativa - os que mais ganham com essas políticas. Isso leva à conclusão de que,

[...] em termos de políticas públicas, os distritos não são outra coisa que convites do Estado ao setor privado para que este se interesse pelos espaços convertidos em distritos, invista e adquira propriedades ali [...]. A política que se funda a sua criação parte, portanto, da premissa de que somente o setor privado – mais especificamente, a chegada e o estabelecimento de empresários e investidores – pode mobilizar o crescimento econômico e o desenvolvimento urbano desses espaços” (THOMASZ, 2016, p. 152)

Além disso, a criação do distrito foi antecedida por atos do poder público ligados a serviços públicos básicos – reformas de iluminação, praças, parques, transporte público, plantação de árvores, colocação de placas nas vias públicas, entre outros – o que evidencia outra função estatal neste processo: o Estado parece se colocar no papel de “facilitador de mercado” gerando as condições para atrair o setor privado, o qual poderá, depois dessa atuação prévia do Estado, fazer com que o crescimento econômico e o desenvolvimento urbano ocorram dentro desses espaços (THOMAZ, 2016, p. 152). Não obstante, são inegáveis os impactos positivos imediatos sobre a vida e a comunidade locais. Resta a questão de quão (e como) sustentáveis são esses impactos num formato de distrito em que o poder público, uma vez fornecidos os referidos serviços, delegou aos investidores privados a função de fazer girar a vida econômica local, contando com a (in)certeza de uma lógica de causa e efeito.

O caso do *Distrito de las Artes* demonstra também que muito facilmente se pode desconstituir a identidade local por meio da instituição de um distrito criativo. A relevância dos significados de lugar e território parece ser ignorada pelo poder público ao realizar projetos desse tipo, em que o foco parece ser muito mais na realização bem-sucedida de parcerias com

o setor privado que visem ao desenvolvimento econômico da região do que efetivamente de cultivo das imagens e sensações que determinado lugar proporciona. Como parece ter ocorrido no caso analisado, projetos identificados pelos termos “revitalização”, “reurbanização” e afins tendem a desconstituir as redes de relações sociais e os significados pré-existentes.

Nesse sentido, importa referir que o processo de criação do *Distrito de las Artes* não se instaurou sem questionamentos pela população local. Ocorreram diversas reuniões com representantes do governo, instituições e moradores da região antes da aprovação da lei. Nesses encontros, ficou evidente a resistência da população local à execução do projeto, que afirmava se tratar de “um negócio imobiliário encoberto” e que, como mencionado, não oferecia nenhuma vantagem econômica relevante para os cidadãos de classe média que lá residiam; nem para os artistas pequenos e independentes; tampouco para os centros culturais e organizações artísticas comunitárias boquenses (THOMASZ, 2016, p. 157). Destaca-se que, embora esses atores não tivessem, em sua grande maioria, familiaridade com o discurso jurídico acerca do direito à cidade, nem com as ideias (também discutidas neste trabalho) do paradigma da cidade-direito, utilizaram argumentos relacionados com o direito à moradia, com a função social da propriedade e com o direito à cidade em sentido amplo.

Esses argumentos possuem evidente forma jurídica – visto que carregam o vocábulo *direito* - mas, no caso dos militantes contra o *Distrito de las Artes*, foram utilizados por esses atores sociais num tom de denúncia ideológica do projeto de urbanização: “O desenvolvimento não pode ser imposto de cima (para baixo) e não atender às necessidades dos moradores”; “Desenvolvimento para quem? O projeto não diz que vai financiar os artistas, nem sequer é fomentado pela Secretaria de Cultura. Não somos contra o progresso, mas isto é um negócio imobiliário”; e ainda “venho reivindicar o direito de viver na cidade. Ninguém se opõe ao desenvolvimento. (...) São necessários investimentos, mas para o povo” (THOMASZ, 2016, p.160, tradução da autora). Evidencia-se assim um choque de normas: as normas ideológicas do modelo da cidade criativa fundamentam a criação das normas jurídicas que se chocam com outras normas jurídicas, relacionadas ao direito à cidade e previstas, por exemplo, na Carta Mundial do Direito à Cidade; essas, por sua vez, correspondem a normas ideológicas que expressam os interesses dos grupos sociais não-hegemônicos.

Por fim, o processo de *image-making* utilizando a cultura e as artes como ativo fica evidente neste caso: o governo local construiu uma imagem de distrito criativo e artístico com base em um dos usos principais da área durante o século anterior, eliminando os elementos não vendíveis daquela realidade e da realidade contemporânea. Constituiu-se assim uma

representação do espaço visando corresponder a imperativos de conduta ideológicos que advém do modelo de cidade criativa. Como parte de um plano mais amplo de reposicionamento competitivo da cidade de Buenos Aires, a ferramenta de criação de distritos, especialmente do distrito criativo, foi utilizada visando concretizar, numa escala factível, os elementos preconizados pelo referido modelo. Ao colocar-se vantagens, por meio das normas jurídicas tributárias, para atores sociais econômicos e majoritariamente externos em detrimento dos atores sociais já existentes no espaço – econômicos ou não – criou-se um desequilíbrio de forças dentro do espaço. Trata-se da incidência de normas ideológicas que operam como mecanismos de influência da indústria criativa sobre as autoridades locais.

Assim sendo, de forma a aumentar sua competitividade internacional e corresponder às expectativas normativas surgidas com a entrada na rede de cidades criativas da UNESCO, a instituição do *Distrito de las Artes* deu forma concreta às normas ideológicas oriundas do modelo da cidade criativa. Diante do exposto, vê-se que consistiu em um processo de regeneração urbana conduzido pelo poder público, mas movido por interesses do setor privado, concebendo representações do espaço atinentes a normas ideológicas que dizem respeito à distribuição espacial dos recursos pela administração. Delimitou-se, pois, um novo espaço jurisdicional em uma área “subdesenvolvida”, diferenciando-a do restante da cidade com um corpo normativo próprio. No tocante às normas sociais, o estudo de Thomasz não oferece elementos suficientes para se afirmar em que medida foram influenciadas e alteradas pela criação do distrito. Porém, tendo em vista normas jurídicas e ideológicas identificadas (Tabela 1), supõe-se que houve mudanças consideráveis no modo como os atores sociais – antigos e novos – passaram a se relacionar e identificar como pertencentes às diferentes comunidades locais e seus espaços territoriais. Evidência disso são as declarações dos moradores do local no sentido de que lei que criou o *Distrito de las Artes* causaria a “desarticulação das redes sociais e do tecido social local”, fomentaria a especulação imobiliária e geraria um “forte processo de segregação socioterritorial” com o deslocamento dos residentes mais pobres²⁴ (THOMASZ, 2016, p. 164, tradução da autora).

²⁴ Assim como assinalado por Thomasz (2016, p. 164), o foco deste trabalho não é identificar os aspectos comuns entre o fenômeno da gentrificação a implementação do modelo da cidade criativa, embora os sinais de que tais similitudes existem possam servir de estímulo para pesquisas futuras.

Tabela 1 - Normas jurídicas e ideológicas do caso do *Distrito de las Artes*

TIPOS DE NORMAS	Descrição
Normas jurídicas	Conjunto de normas de renúncia fiscal referentes aos seguintes tributos: imposto imobiliário (ABL); imposto de registro de compra de imóveis (<i>Impuesto de Sellos</i>); imposto de construção/reforma (<i>Tasa de Derecho de Delineación y Construcciones</i>); e os impostos de registro do exercício de atividades lucrativas (<i>Ingresos Brutos</i>)
	Norma que determina o uso da área para a promoção da criação, produção, gestão, comercialização e difusão de obras artísticas* vinculadas às artes visuais, musicais, literárias e cênicas. *Não há definição do que são consideradas obras artísticas.
Normas ideológicas	Para que a cidade alcance sucesso econômico e seja competitiva, a administração pública local deve investir em infraestrutura urbana que atraia investidores privados e viabilize o desenvolvimento econômico do distrito criativo.
	A administração pública local deve destinar recursos para a criação de distritos criativos em espaços urbanos prejudicados socioeconomicamente.

Fonte: elaborado pela autora.

No *Distrito de las Artes*, portanto, é possível reconhecer, a partir da realidade concreta, as características do modelo da cidade criativa apontadas na primeira seção deste trabalho. Com ajuda das categorias teóricas propostas na segunda seção, foram identificadas as normas jurídicas e ideológicas próprias desse caso. Especialmente quanto às normas ideológicas, vê-se que o contexto político e os compromissos firmados pelo poder público perante a agenda econômica internacional formam a arena para o seu surgimento. Considerando tratar-se de uma metrópole latino-americana, na qual a aplicação do modelo causou impactos negativos possivelmente oriundos do evidente distanciamento entre a realidade urbana local e a utopia da urbe criativa originada nos países hegemônicos. Tomando-se as normas jurídicas e ideológicas verificadas no caso argentino, ver-se-á que guardam grande similaridade com as identificadas no caso do distrito criativo *Liberty Village* (Toronto, Canadá), tema do próximo tópico desta seção.

4.2 Liberty Village - Toronto, Canadá

A cidade de Toronto, Canadá, é também um exemplo de aplicação da ferramenta do distrito criativo com o propósito de transformar uma parcela da cidade de acordo com o modelo das cidades criativas. Os primeiros planos relacionados à criatividade enquanto motor propulsor

de crescimento urbano foram elaborados a partir dos anos 2000, entre os quais o Plano da Cidade Criativa (2001), e o Plano de Cultura de Toronto (2003). Esse último consistia em um projeto estratégico de cidade criativa para um período de dez anos, contendo recomendações relativas à expansão das estruturas culturais, melhoria de fachadas, realização de festivais e arte de rua, entre outras (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009). É nesse contexto de utilização da cultura enquanto um ativo capaz de criar uma imagem de cidade propícia e coerente com um modelo de planejamento urbano estratégico que vai se desenvolver na cidade canadense um tipo especial de distrito criativo.

Para compreender o exemplo de Toronto, é interessante ter em mente que se trata de uma cidade nova, resultado da unificação de seis municípios em 1998²⁵. A partir de 2002, iniciou-se um processo de reunião desses estatutos, resultando no atual Plano Oficial (*Toronto's Official Plan*, 2005) – comparável com a parte geral dos nossos Planos Diretores²⁶. Consultando o site da cidade, as informações que são propositadamente destacadas dizem respeito às características de vivacidade, cultura e artes, além do fato de ter sido a primeira cidade a ser reconhecida pela UNESCO como “cidade criativa de artes midiáticas”²⁷ em 2017. Assim como em Buenos Aires, a presença do selo oficial do órgão serve não apenas como “prova” dos seus atrativos, mas também impõe um conjunto de expectativas normativas sobre a administração e a sociedade das cidades que o carregam.

Especificamente, a *Liberty Village* foi uma das primeiras *Business Improvement Areas* (BIAs) a surgir em meio às novas políticas de desenvolvimento urbano baseadas na criatividade da cidade de Toronto. Uma BIA consiste em um modelo especial de distritos fundado em parcerias público-privadas lançado na década de 1970 e “copiado internacionalmente” desde então (TORONTO, 2018a). De acordo com informações do site da cidade de Toronto, uma BIA é definida como uma

associação de proprietários de imóveis comerciais e inquilinos dentro de uma área definida, que trabalham em parceria com a Prefeitura para criar áreas de negócios prósperas, competitivas e seguras que atraem compradores, clientes, turistas e novos negócios (TORONTO, 2018b, tradução da autora).

²⁵ No Canadá, as municipalidades gozam de relativa autonomia financeira; seus poderes decorrem da lei provincial e os recursos de fontes fiscais (principalmente do Imposto Sobre a Propriedade). No caso de Ontário (província de Toronto), as normas sobre poderes municipais estão contidas na Lei Municipal (*Municipal Act*) (BRINCO, 2008).

²⁶ O “plano oficial” de Toronto contém as linhas gerais; as características específicas de área estão contidas na *Zoning By-law* nº. 569/2013, documento comparável aos nossos planos diretores.

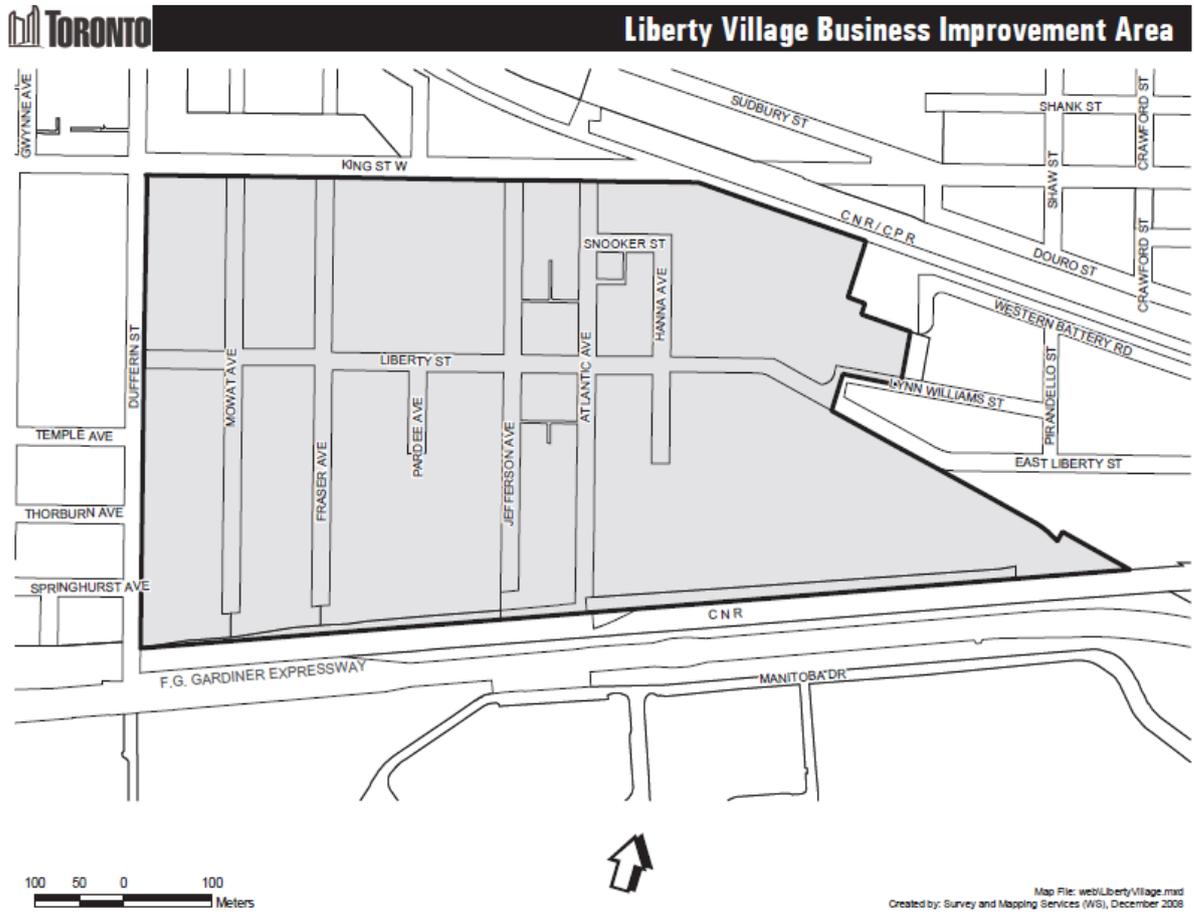
²⁷ O conceito de artes midiáticas (*media arts*) compreende os produtos e atividades relacionadas à TV, cinema, e mídia digital. Disponível em <<http://www.torontocreativecity.ca>>. Acesso em: 27 maio 2018c.

O Código Municipal de Toronto contém as regras gerais aplicáveis a todas as BIAs da cidade, dentre as quais se destaca que cada BIA possui um conselho administrativo, responsável por estabelecer um orçamento básico anual, bem como formas próprias de levantamento de fundos por meio da cobrança de impostos sobre os imóveis empresariais, industriais ou comerciais da área (TORONTO, 2018d). São considerados membros e sujeitos à cobrança do tributo todos os proprietários e inquilinos desse tipo de propriedade dentro do perímetro da BIA. Existem, portanto, normas jurídicas gerais que regulam as BIAs, prevendo suas estruturas básicas de existência enquanto um espaço diferente em relação ao restante da cidade, e cuja eficácia está atrelada a uma delimitação geográfica.

Fundado em 2001, o distrito de *Liberty Village* está localizado em uma antiga área industrial de 45 acres na extremidade oeste do centro de Toronto (Figura 6). Catungal, Leslie e Hii (2009) comentam que, desde a desindustrialização do local, a grande quantidade de imóveis baratos, galpões abandonados e a proximidade do centro da cidade fez com que ocorresse um primeiro movimento de ocupação por artistas do local na década de 1970. Contudo, a partir da década de 1990, com a instalação das primeiras empresas ligadas à indústria criativa, o governo municipal de Toronto começou a implementar uma política de reciclagem das fábricas abandonadas para estimular novos usos através da desregulação da legislação de zoneamento da cidade. Ainda no final desse período, foi criada a marca (Figura 7) de *Liberty Village*, adotando-se o slogan “Patrocinando e cultivando uma comunidade criativa e vibrante” (*Championing and nurturing a creative and vibrant Community*) (2009, p. 1101, tradução da autora).

Fica evidente, neste caso, que o processo de regeneração urbana e criação do distrito de *Liberty Village* ancorou-se em esquemas de criação de imagens (*image-making*) e “lugares-marca” (*place branding*) utilizados para projetar uma imagem específica do distrito, com atributos simbólicos e identitários, vendendo-o como espaço atrativo por sua criatividade e vivacidade. De acordo com as autoras, esses esquemas costumam ser acompanhados por mudanças nas estruturas de governança da cidade, como ocorrido em *Liberty Village*: na medida em que se investe mais em segurança e na criação desses lugares-marcas, decrescem os investimentos no fornecimento de serviços básicos e de bem-estar social (2009, p. 1096). É compreensível que isso ocorra, tendo em vista que, juntamente com a nova marca conferida ao lugar, surgem novas prioridades e necessidades, advindas das referidas expectativas normativas ligadas ao modelo de cidade criativa – afinal, o distrito tem que corresponder à imagem de vivacidade e criatividade propagandeada.

Figura 7 - Perímetro de Liberty Village



Fonte: site oficial de Toronto. Disponível em: <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/08/8e5f-Liberty-Village-BIA.pdf>. Acesso em: 28 maio 2018.

Figura 6 - Logo atual da Liberty Village Business Improvement Area



Fonte: site da LVBIA. Disponível em: <http://www.libertyvillagebia.com>. Acesso em 20 jun. 2018.

Como uma forma de organizar as capacidades de demanda e as novas necessidades – desde mais iluminação pública, até placas que contribuíssem para a identificação simbólica da área - criou-se a *Liberty Village Business Improvement Area* (LVBIA), uma organização voltada à administração da área e responsável por sistematizar e pautar as demandas locais diretamente junto ao governo municipal. Por meio dessa organização, conquistou-se não apenas um canal direto de comunicação de demandas, como também uma estrutura de financiamento

própria. Como referido, o Código Municipal de Toronto prevê a autonomia fiscal e orçamentária das BIAs. Assim, as normas jurídicas preveem que a administração da BIA deve apresentar um orçamento anual, bem como quais impostos vai cobrar, afim de angariar fundos; esses impostos podem ser de dois tipos (não excludentes entre si): imposto sobre propriedade empresarial ou industrial; e imposto sobre propriedade empresarial ou industrial que recebam benefícios especiais da BIA (TORONTO, 2018d, §19-5.2). As autoras afirmam que “a habilidade das BIAs de levantar fundos é claramente um dos maiores atrativos para se tornar uma *Business Improvement Area*, tanto do ponto de vista da Cidade, quanto da provável e potencial BIA” (2009, p 1101).

No caso de *Liberty Village*, o financiamento se dá pela imposição tributária sobre o valor comercial das propriedades, o que é recolhido pelo governo, mas administrado pela LVBIA. Essa independência fiscal e financeira (mais próprio da realidade de países do sistema jurídico anglo-saxão) concedeu mais força para fazer cumprir suas demandas (2009, p. 1102). Nesse formato, a administração pública delega algumas funções (administrativas e fiscais) a uma organização que, embora prevista em lei, é composta principalmente por pessoas físicas e jurídicas ligadas à indústria criativa presente em *Liberty Village*. Assim, para se fazer ouvir e para participar das decisões acerca do espaço urbano que ocupam, as comunidades locais devem passar por essa organização, o que pode ser problemático na medida em que houver contraposição de interesses, pois entes privados não possuem o mesmo dever que o ente público de prezar pelos interesses coletivos. Além disso, fica evidente que impera, nesse tipo de política distrital, a lógica em que o poder econômico – o qual, de um lado, é conferido à administração do distrito, e de outro, já existe nas mãos dos representantes da indústria criativa - coloca o Estado na posição de fornecedor das estruturas básicas e facilitador de mercado.

No tocante às normas jurídicas que incidem sobre a área e a delimitam enquanto um espaço jurisdicional próprio, existe uma sobreposição de regulamentos oficiais: há regras previstas no Plano Oficial (*Official Plan*, 2005), no regulamento da província de Ontario (*Provincial Policy Statement*), e na Lei de Zoneamento (*Zoning By-law*) de Toronto. Nos dois primeiros, que contêm características mais gerais, designa-se a área de *Liberty Village* como de desenvolvimento de atividades econômicas (*employment area*), permitindo uso de “loja e varejo” (*shop and retail*) restrito e condicionado, bem como uso residencial apenas na modalidade “moradia-escritório” (*live/work units*). Na Lei de Zoneamento, é designada como área industrial e/ou comercial, sendo o uso residencial permitido apenas na referida modalidade de “moradia-escritório” - definida como “uma suíte consistindo na combinação de uma área de

estúdio, utilizada para a produção de arte, e uma área de convívio, contendo não mais do que uma peça habitável” (LVBIA, 2016, p. 80, tradução da autora). Esse conjunto de normas jurídicas especiais para a área de *Liberty Village* faz com que o distrito se diferencie do restante da cidade e componha, por si, um novo espaço jurisdicional.

Ademais, há também normas elaboradas pela administração da BIA, veiculadas no *Liberty Village Masterplan* (LVBIA, 2016). Trata-se de um plano elaborado pela LVBIA em colaboração com os moradores, empresários e representantes do governo municipal que contém índices da atividade econômica criativa na região, estabelece objetivos e demandas acerca dos usos dos espaços públicos, dos formatos das vias, dos investimentos em cultura e em reestruturação urbana (sugere inclusive alterações nos índices de densidade e altura permitidos). É especialmente destacado que se deve estimular na área o uso dos imóveis para fins de geração de renda. Embora não seja um instrumento normativo jurídico de eficácia imediata, veicula conteúdos normativos importantes, que expressam os interesses daqueles que o conceberam. Assim, tanto as normas jurídicas quanto as normas criadas pela administração do distrito – que são normas formais, porém não necessária nem imediatamente recepcionadas pela legislação municipal - enfatizam o seu uso para o desenvolvimento de atividades econômicas. O *Masterplan* consiste, portanto, em uma representação do espaço destinado a guiar as práticas espaciais no distrito, atendendo essencialmente à norma ideológica de que a organização do distrito é responsável por informar quais investimentos em infraestrutura urbana devem ser preferencialmente realizados, visando desenvolver a economia do local.

Ao analisar os impactos das estratégias materiais e discursivas utilizadas pelos atores sociais atuantes no distrito de *Liberty Village*, as autoras afirmam que os atos de delinear claramente as fronteiras do distrito, de dar um nome e um slogan para o local, fazem parte de uma estratégia de “concepção de ideais de comunidade, de forma a deslocar a área dos espaços tradicionais de distritos comerciais” com o objetivo de criar uma atmosfera diferenciada, tipo de “campus universitário” (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1103). Evidenciam-se assim outras representações do espaço concebidas pelo poder público local, pela administração da BIA e por indivíduos da classe criativa, instituindo duas imagens para *Liberty Village*, que as autoras chamam de “imaginações geográficas”: uma imagem de distrito como um bairro, ou como um *campus* separado do restante da cidade; e uma imagem de distrito como um bairro seguro (*securitised neighbourhood*).

Especialmente quanto à imaginação geográfica de *campus*, de acordo com empresários que trabalham no distrito, não há em *Liberty Village* a sensação de “corporativismo” que existe

no centro da cidade, onde muitas pessoas usam terno e não aparentam ser criativas (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1103); pelo contrário, há uma sensação de estar vivendo em um *campus*, ou em uma *village*, onde impera a liberdade e alternatividade criativa. A vida em um *campus* universitário pode ser cheia de oportunidades de engajamento político, espaços de encontro e troca de ideias; mas pode também ser restrita, desestimular o envolvimento político e conduzir para o isolamento em relação ao restante da cidade. Seja como for, ao se estabelecer um modelo mental que conduza as pessoas a se sentirem em um campus, automaticamente se restringe e condiciona a experiência urbana dos indivíduos: apenas aqueles que façam parte da classe criativa, ou que se sintam à vontade no papel de “universitário no campus”, serão considerados (e se sentirão parte) da comunidade local.

Quanto à imagem de um bairro seguro, ou assegurado (*securitised*), destaca-se ainda mais a função de isolamento do restante da cidade que a criação do distrito criativo exerce em *Liberty Village*. A questão da segurança é percebida pelas autoras de duas formas: primeiro, com relação às normas jurídicas que regulamentam os usos (e horários de funcionamento) comerciais no distrito; segundo, com relação à proximidade de Parkdale, bairro contíguo a *Liberty Village*, mas com uma realidade social bastante diferente. Em 2006, foi publicado um relatório sobre o distrito pela prefeitura de Toronto no qual, dentre diversos pontos, era referido que o estatuto da zona em que *Liberty Village* se encontra proibia o estabelecimento de lojas de varejo e serviços (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1105). Conseqüentemente, a região ficava bastante quieta e calma fora do horário de serviço. Foi, possivelmente, a partir dessas constatações que se promoveram alterações nas normas jurídicas acerca dos usos permitidos, tendo em vista que, atualmente, estimula-se – dentro de critérios estabelecidos – a existência desse tipo de estabelecimento.

Nesse tema, a proximidade de um bairro marginalizado e visto como perigoso foi apontada como principal desafio pelos residentes entrevistados no estudo de caso. Como um membro da LVBIA afirmou, a sensação de insegurança em *Liberty Village* é maior do que realidade concreta e toma, principalmente, “novas empresas que se instalam na área e associam drogas e criminalidade com esse bairro específico, devido à sua proximidade com *Parkdale*” (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1105). As autoras compreendem que a reputação desse bairro - de ser uma área pobre, com pessoas associadas ao tráfico de drogas, prostituição e doenças mentais – traduz-se na criação de uma fronteira real entre *Parkdale* – espaço compreendido como de degeneração – e *Liberty Village* – um espaço criativo emergente. Vê-se que a destinação de grandes investimentos para o distrito criativo, em detrimento de outros,

acarretou não apenas na revelação das desigualdades entre os espaços urbanos, mas no seu agravamento, na medida em que a imagem do distrito criativo não comporta essa realidade. As discrepâncias entre espaços tão próximos e tão distantes não costumam aparecer nos “índices de criatividade” que dão suporte ao modelo da cidade criativa.

Foram adotadas diferentes ferramentas para lidar com a questão da segurança, dentre as quais a contratação de seguranças privados e o uso de estratégias preventivas que se assemelham aos princípios do à prevenção de crimes através do design ambiental (*crime prevention through environmental design - CPTED*). Ao se referir a essas ferramentas, utilizam-se da ideia de “*eyes on the streets*” de Jacobs (1961), o que é, nas palavras das autoras, “um tanto irônico [...] para se referir ao uso de segurança privada” (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1106). Na sua ideia de vigilância comunitária ao nível da rua, Jacobs (1961) sustenta que a segurança nas ruas depende da compreensão de que as pessoas que cuidam, conjuntamente, do seu espaço compartilhado. Diferentemente dessa visão comunitária de segurança no espaço público, as ferramentas aplicadas em *Liberty Village* transferem a responsabilidade do coletivo para uma força privada que atua não só na prevenção de crimes, mas também monitora se há luzes queimadas, pessoas fazendo grafites, e escolta funcionários até seus carros (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1107). Esse serviço de patrolamento e escolta privada é, inclusive, o mais propagandeado pela LVBIA. Assim, os serviços privados de segurança, aliados à estratégia de embelezamento da região (por meio da *CPTED*), ao mesmo passo que promovem a fixação da imagem de *Liberty Village* como um “centro urbano amigável para os negócios e seguro” (2009, p. 1107), fixam também a imagem do entorno marginalizado e inseguro.

Vale ainda destacar que, no caso de *Liberty Village*, evidenciaram-se as diferenças de valores políticos existentes dentro da classe criativa. Na década de 1970, a área industrial abandonada foi ocupada por artistas em busca de espaço de expressão e moradia a baixos custos. Mas esses ocupantes foram gradualmente sendo deslocados pela indústria criativa, visto que, com a chegada das empresas de novas mídias, televisão e design, os valores dos aluguéis aumentaram exponencialmente, tornando insustentável a vida no local, havendo também casos de despejos daqueles que tentaram resistir (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009). O distrito tornou-se, portanto, uma área voltada ao desenvolvimento de uma “criatividade lucrativa” e, como apontado por um artista,

A LVBIA não está realmente interessada em nos [artistas] manter aqui, porque eles não nos veem nesse espaço como algo comercialmente viável da mesma forma que um negócio seria (CATUNGAL; LESLIE; HII, 2009, p. 1109).

Assim, apesar da imagem construída para *Liberty Village* e do discurso teórico por trás da criação de um distrito criativo, o que se instituiu no local foi um campo criativo restrito e excludente, onde apenas determinados membros pertencentes à classe criativa são bem-vindos e possuem o poder decisório acerca das prioridades e do futuro do distrito. A existência de uma estrutura organizacional, formada por representantes dos entes privados que selecionam demandas a serem repassadas ao ente público e se responsabiliza por planejar questões urbanas e financeiras do distrito, também é sintomático de um campo excludente.

Diante do conjunto de normas jurídicas e ideológicas mencionadas, vê-se essas normas operam lado a lado na concepção das representações do espaço. Sendo criado um espaço diferenciado que atende aos objetivos e expectativas normativas do modelo da cidade criativa – cidade atraente para a classe criativa, economicamente desenvolvida e segura - cria-se também, por meio de normas jurídicas, um espaço jurisdicional próprio. É nesse sentido que o discurso ideológico da cidade criativa prioriza a escala de bairro, ou distrito: isolando-se do restante da cidade e garantindo a concepção de representações do espaço próprio de acordo com os interesses dos grupos hegemônicos – que, por si, não são homogêneos como a ideia de classe criativa de Florida (2012) sugere. Enquanto tal, uma representação do espaço constitui um modelo mental voltado à condução dos comportamentos e práticas espaciais. Existem, portanto, instrumentos de exercício de poder sobre o espaço evidentes em *Liberty Village*. Ao nível concreto das práticas espaciais, tanto as relações sociais quanto as práticas jurídicas – dos representantes oficiais do governo – são influenciadas também pelo modelo mental constituído.

Diante do exposto, no caso de *Liberty Village*, além das normas jurídicas de instituição do distrito, destacaram-se normas jurídicas relativas à forma especial de financiamento da estrutura administrativa do distrito, bem como relativas ao uso do solo urbano. Também foram identificadas normas de cunho ideológico (Tabela 2) que assentam a moldura para o surgimento das normas jurídicas e para a mudança das normas sociais: para sustentar o slogan da cidade criativa, a administração pública local deve destinar recursos humanos e financeiros à criação de distritos no formato de BIAs, voltados à constituição de espaços urbanos atraentes para a classe criativa; neste caso, a imagem a ser sustentada é de segurança, liberdade e criatividade usualmente associada a *campi* universitários. Para tanto, a administração pública local deve delegar funções administrativas e fiscais a uma estrutura intermediária responsável pelo distrito criativo, investindo em infraestrutura urbana segundo as demandas dessa organização, de forma a viabilizar o desenvolvimento da economia criativa no local. Porém, como comentou-se ao longo deste tópico, os resultados da implementação desse distrito não condizem exatamente

com o discurso sustentado, bem como demonstram os impactos negativos no meio interno e externo de *Liberty Village*.

Tabela 2 - Normas jurídicas e ideológicas do caso de *Liberty Village*

TIPOS DE NORMAS	Descrição
Normas jurídicas	<p>Norma que autorizam à administração da BIA cobrar impostos sobre as propriedades urbanas empresariais/industriais sobre o seu valor comercial (§19-5.2)</p> <p>É permitido o uso do solo urbano para realização de atividades econômicas relacionadas à indústria criativa; outros usos são condicionados: uso residencial restrito a moradia-escritório, com no máximo um cômodo para habitação; uso para “loja e varejo” sob condições limitadas.</p>
Normas ideológicas	<p>A administração pública local deve destinar recursos humanos e financeiros à criação de BIAs como espaços urbanos atraentes para a classe criativa, de forma a sustentar uma imagem de segurança, liberdade e criatividade usualmente associada a <i>campi</i> universitários.</p> <p>Para que a cidade obtenha sucesso econômico e seja competitiva, a administração pública local deve delegar funções administrativas e fiscais a uma estrutura intermediária responsável pelo distrito criativo, investindo em infraestrutura urbana segundo as demandas dessa organização, de forma a viabilizar o desenvolvimento da economia criativa no local.</p>

Fonte: elaborado pela autora.

No caso de *Liberty Village*, portanto, foi possível identificar as características do modelo da cidade criativa conforme exposição teórica na primeira seção deste trabalho. O distrito criativo neste caso, porém, assume um formato específico. Como referido anteriormente, a criação por meio de normas jurídicas de um novo espaço jurisdicional no formato de uma *Business Improvement Area/District* é acompanhada pela criação de uma estrutura administrativa própria, de caráter privado e com certa autonomia fiscal e financeira, que passa a assumir parte das funções que caberiam ao ente público local. Em razão desse formato, fica evidente no caso de *Liberty Village* a função do Estado de mero fornecedor de infraestrutura básica e de facilitador de mercado quanto ao espaço geograficamente delimitado do distrito. Isso pode ser tanto resultado da estrutura administrativa e jurídica das cidades canadenses – o que certamente influencia, por exemplo, na autonomia fiscal conferida ao distrito - quanto de uma tradição urbanística mais voltada à delegação de funções públicas aos entes privados, mais comum entre países anglo-saxônicos. Não obstante, assim como no caso do *Distrito de las Artes*, o modelo da cidade criativa também causou impactos negativos na realidade social no interior e no entorno do distrito – como a expulsão dos artistas que viviam

no local, o isolamento do espaço do distrito em relação ao resto da cidade e o aprofundamento das desigualdades existentes entre Liberty Village e os bairros contíguos; o que leva a crer que não se trata de um modelo prejudicial apenas às realidades urbanas das nações “periféricas” (no sentido de não hegemônicas).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscou-se descobrir como se estrutura normativamente um modelo de urbanização em expansão: a cidade criativa. Em meio às mudanças socioeconômicas ocorridas desde o pós-guerra, as cidades se firmaram como canal de absorção de excedentes do sistema capitalista. A tecnologia e as novas possibilidades de construção de redes a nível global reconfiguraram todas as formas de relação existentes. O nível de conexão entre espaços urbanos diversos que é possível manter consiste em mais um motivo para não se olhar apenas para as transformações urbanas concretas e seus impactos (já) visíveis, mas também para as lógicas e interesses por trás de modelos de desenvolvimento urbano “prontos e de sucesso” – com imagem e slogan. A cidade criativa ganhou espaço justamente por representar isso nas últimas décadas: um possível ideal urbano, no pacote completo.

Sugere-se aqui uma linha cronológica de “caricaturas de cidades” conforme comentado no início deste trabalho, começando pelas as cidades industriais, marcadamente fragmentadas pelas políticas modernas de planejamento funcional ortodoxo; passando pelas cidades pós-industriais que, num contexto de competitividade interurbana, transformações tecnológicas e econômicas, tentam se recosturar por meio de técnicas de planejamento estratégico e de empreendedorismo urbano, transformando a cidade ora em mercadoria, ora em empresa, ora em pátria que consente frente à crise urbana; e chegando nas cidades pós-modernas, que seguem utilizando-se das mesmas estratégias de urbanismo pós-fordista mencionadas, porém com maiores investimentos na criação de imagens de cidade relacionadas aos conceitos de conectividade, cultura, inovação e criatividade.

Dada essa dimensão temporal, no contexto de competitividade interurbana e de dificuldades de administrar os investimentos no espaço urbano complexo, a ideia de que se está passando por uma crise urbana generalizada ganhou força e mantém uma instabilidade propícia à implementação de modelos ideais vendidos como soluções mágicas. Como referido inicialmente, a cidade criativa não existe, por completo, no mundo real. É na transposição do modelo ideal para a realidade, a uma escala menor por meio dos distritos criativos, que se torna possível identificar as normas que o estruturam.

Portanto, a metodologia utilizada fez evidenciar, a partir dos casos de distritos criativos de Buenos Aires e Toronto, a importância de alguns pontos: das complexidades atreladas à utilização de conceitos tão amplos como os de classe criativa e cidade criativa; das estratégias

mobilizadas pelo discurso do modelo; e dos impactos da cidade criativa sobre os atores sociais “não-criativos”. As lentes da geografia jurídica permitiram não deter o olhar às normas jurídicas, mas estendê-lo a normas de outro tipo, que vieram a se mostrar de suma importância, que são as normas ideológicas.

Tendo em vista a natureza das normas sociais e a metodologia utilizada neste estudo, essas normas (e o seu par conceitual de espaços territoriais) não foram objeto de elaboração. Porém, foi possível compreender que essas normas sofrem fortes influências e tendem a se alterar diante da implementação do modelo da cidade criativa. Futuras pesquisas empíricas que tratem do tema poderão abordar essas mudanças acompanhando de perto o processo de implementação de distritos criativos e investigando as práticas sociais e espaciais sob um viés normativo.

Quanto às normas jurídicas, foi possível identificar nos casos apresentados: normas jurídicas sobre tributos (formas de renúncia fiscal, descontos ou destinação), e normas jurídicas definidoras das atividades permitidas, ou incentivadas. As normas sobre tributos constituem basicamente nos incentivos voltados aos membros da classe criativa e empreendedores da indústria criativa. As normas que definem as principais atividades a serem desenvolvidas têm natureza de condicionamentos, relacionados a uma intervenção fiscalizatória da administração. Na medida em que são expressamente determinadas limitações aos tipos de atividade que podem ser exercidas em um espaço jurisdicional, são estabelecidas condições para ser um ator social naquele espaço; e para relacionar-se social e economicamente com o espaço e com os demais atores sociais. O exercício dessa intervenção é, em alguma medida, o próprio exercício do poder de polícia da administração pelas práticas jurídicas.

Por fim, percebeu-se que o modelo da cidade criativa possui em sua estrutura normas principalmente de natureza ideológica. Ao observar nos casos concretos a ligação entre as categorias teóricas citadas, percebeu-se que as normas jurídicas e espaços jurisdicionais estão tão conectadas com as representações do espaço no distrito criativo quanto as normas ideológicas. Como referido, a compreensão das expectativas normativas e do papel que exercem as normas ideológicas se estende às representações do espaço urbano tido como criativo. As normas ideológicas que constituem o modelo da cidade criativa revelam os interesses do grupo hegemônico responsável por sustentar um modelo mental que guie os comportamentos dos demais atores sociais. Por isso se afirmou que as representações do espaço – modelos mentais – atuam como instrumento de exercício de poder no espaço. Assim, tomando-se as formas de representação do espaço nos casos dos distritos criativos estudados, chegou-se tanto às normas

jurídicas instituidoras de espaços jurisdicionais determinados quanto às normas ideológicas e aos interesses dos grupos sociais hegemônicos. Não por acaso, afirmou-se anteriormente que os espaços jurisdicionais são também representações do espaço. Assim, vê-se que as representações do espaço da cidade criativa são resultado das trocas e interações entre normas jurídicas e normas ideológicas. É o espaço urbano servindo de exemplo concreto da relação íntima entre direito e ideologia.

Essa conclusão, ao mesmo passo que confirma a existência e a relevância das normas ideológicas, com atributos acidentais específicos, leva a uma outra questão: qual é, afinal, a ideologia por trás dessas normas? Tendo em vista as estratégias do planejamento estratégico e empreendedorismo urbano que fazem parte do modelo, as ferramentas utilizadas – criação de imagens, lugares-marca, e distritos criativos – as normas jurídicas voltadas a beneficiar certos grupos sociais já socialmente privilegiados, e a forma como se expressa na realidade concreta, ao menos nos casos do *Distrito de las Artes* e de *Liberty Village*, não restam dúvidas de que é da ideologia neoliberal que o modelo mais se aproxima. Os impactos negativos dessa ideologia aliada ao urbanismo podem ocorrer não apenas em realidades urbanas de países periféricos – como neste trabalho ficou evidente pelo caso argentino, mas também no espaço urbano de países hegemônicos - como se viu no caso canadense.

Importa observar que a atração do ente privado para que se instale em determinado espaço, estimulada pela imagem de cidade que condiz com o modelo, está condicionada à facilitação desse processo pela administração local. Evidencia-se assim a dialética de poderes envolvida no contexto de competitividade interurbana em que se forja a cidade criativa: tanto o governo quanto o ente privado sabem que a empresa poderia se instalar em qualquer lugar do mundo; o governo anuncia para o mundo, por meio das imagens de cidade que divulga e das redes internacionais das quais faz parte, que pretende desenvolver essas atividades específicas em seu território; logo, se a administração local não oferece condições vantajosas para que isso aconteça, o ente privado simplesmente não compra a (cidade)mercadoria que lhe é oferecida. São as lógicas e a ideologia de mercado, portanto, que imperam.

A cidade criativa traz, contudo, características interessantes – como o foco nas pessoas que habitam o meio urbano, as formas mais efetivas de corresponder às demandas dessas pessoas, a oportunidades de maior interação com o espaço urbano por meio da cultura. Antes de falar em pontos positivos, parece mais adequado falar em potencialidades. A ideia de cidade como uma corporação coletiva, de funcionamento democrático, inspirando a formação de identidade local a partir de criações imagéticas e de uma espécie de solidariedade entre os

habitantes do meio urbano, são palco para o surgimento de iniciativas cívicas positivas. Projetos e intenções nesse sentido se perdem em meio à necessidade de adequação e pragmatismo imposto pelo sistema capitalista e sua lógica concorrencial. Se fosse possível estabelecer formas de mitigação dessa lógica, há fortes indícios de que essas “boas energias” seriam melhor direcionadas e mais condizentes com os discursos em voga.

Reconhece-se, pois, que o crescimento da economia criativa pode oferecer caminhos mais resilientes, inclusivos e ambientalmente viáveis para a recuperação econômica em um sistema capitalista e em um contexto de competitividade interurbana. Se for possível partir não apenas de índices e exemplos importados de sucesso, e sim de cada contexto urbano; se for possível considerar a dimensão ideológica das normas que estruturam esse modelo; e se for possível trazer à realidade o que há de útil nesse modelo visando à efetivação do direito à cidade, talvez seja possível falar em cidades criativas inclusivas e democráticas. Porém, para tanto, há ainda um vasto campo de pesquisa a ser explorado, de forma a, por exemplo, analisar criticamente o uso abrangente da teoria da classe criativa e a influência de organismos internacionais nas políticas de planejamento urbano ao redor do mundo. Igualmente importante é focar nas estratégias de luta dos considerados “não-criativos” para resistência, ou retomada dos espaços urbanos selecionados nas representações do espaço e destinados à regeneração com base em modelos e projetos internacionais. É com essa agenda de pesquisa crítica acerca das relações entre o direito e o espaço urbano que se espera ter contribuído com este trabalho.

REFERÊNCIAS

ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. Uma estratégia fatal: a cultura das novas gestões urbanas. In: VAINER, Carlos B.; MARICATO, Ermínia; ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 11-74.

BEDNAR, MINICHINI, APPLEBY. Zoning for a Better Toronto. TORONTO ELECTION 2010: Discussion Paper #5. Set. 2010. (http://martinprosperity.org/media/pdfs/toronto_election_series-Zoning-for-a-better-Toronto.pdf) Acesso em 30/03/2018.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Estatuto da Cidade**: guia para implementação pelos municípios e cidadãos. 2. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2002.

BUENOS AIRES. Lei nº 4.353 de 1º de novembro de 2012. Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley4353.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

_____. Lei nº 2.972 de 4 de dezembro de 2008. Disponível em: <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley2972.html>. Acesso em: 20 jun. 2018.

_____. Lei nº 3.876 de 1º de setembro de 2011. Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley3876.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

_____. Lei nº 4.761 de 14 de novembro de 2013. Disponível em: <<http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley4761.html>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

_____. Decreto nº 240 de 17 de junho de 2013. Disponível em: <<http://www.buenosaires.gob.ar/distritodelasartes/beneficios-para-empresas>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

BRINCO, Ricardo. Gestão metropolitana no Canadá. Porto Alegre: Fee, 2008. 185 p. Disponível em: <https://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/20140325gestao_metropolitana_canada.pdf>. Acesso em: 27 maio 2018.

CAFRUNE, Marcelo Eibs. Direito à Moradia e a Copa do Mundo no Brasil: das mudanças legislativas às novas lutas urbanas. 274 f. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, Programa de Pós Graduação em Direito, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

CATUNGAL, John Paul; LESLIE, Deborah; HII, Yvonne. Geographies of Displacement in the Creative City: The Case of Liberty Village, Toronto. **Urban Studies**, [s.l.], v. 46, n. 5-6, p.1095-1114, 2009.

DELGADILLO, Victor. Urbanismo a la carta: teorías, políticas, programas y otras recetas urbanas para ciudades latinoamericanas. **Cad. Metrop.**, São Paulo , v. 16, n. 31, p. 89-111, jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2236-99962014000100089&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24 maio 2018.

EVANS, Graeme. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. **Urban Studies**, [s.l.], v. 46, n. 5-6, p.1003-1040, maio 2009. Disponível em: < <http://usj.sagepub.com/content/46/5-6/1003>>. Acesso em: 20 março de 2018.

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class: Revisited**. Nova Iorque: Basic Books, 2012.

_____. Cities and the Creative Class. **City And Community**, v. 2, n. 1, p. 3-19, 2003.

HARVEY, David. **Do administrativismo ao empreendedorismo: a transformação da governança urbana no capitalismo tardio**. In: HARVEY, David. A produção capitalista do espaço. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2005. p. 163-190.

HARVEY, David. O direito à cidade. Trad. Jair Pinheiro. **Lutas Sociais**, São Paulo, v. 29, p.73-89, 2012.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Texto para discussão nº 1880. Rio de Janeiro: IPEA, 2013.

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. 3. ed. Tradução de Carlos S. Mendes Rosa. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

KATZ, Bruce; WAGNER, Julie. The Rise of Innovation Districts : A New Geography of Innovation in America. **Brookings Institution**, [s. l.], n. May, p. 1–34, 2014. Disponível em:

<<http://www.brookings.edu/~media/Programs/metro/Images/Innovation/InnovationDistricts1.pdf>>

KONZEN, Lucas P.. A mudança de paradigma em sociologia urbana: do paradigma ecológico ao socioespacial. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 45, n. 1, p.79-99, 2011.

_____. **Norms and Space: Understanding Public Space Regulation in the Tourist City**. Lund: Lund University/Media-Tryck, 2013.

LANDRY, Charles; BIANCHINI, Franco. The creative city. **Demos**, [s. l.], p. 31, 1995.

Disponível em:

<<http://memoriadasolimpiadas.rb.gov.br/jspui/bitstream/123456789/496/1/IU063 - Charles LANDRY - The criative city.pdf>>

LEFEBVRE, Henri. **The Production of Space**. Oxford, Blackwell, 1991.

LVBIA. **Liberty Village Business Improvement Area Masterplan**, 2016. Disponível em:

<<http://www.libertyvillagebia.com/>>. Acesso em: 15 jun. 2018

MITCHELL, Jerry. Business Improvement Districts and the “New” Revitalization of Downtown. **Economic Development Quarterly**, [s.l.], v. 15, n. 2, p.115-123, maio 2001.

Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/089124240101500201>>.

Acesso em: 20 maio 2018.

PORTO ALEGRE. **Lei Ordinária** nº 12.381 de 9 de março de 2018. Disponível em:

<<https://leismunicipais.com.br/a1/rs/p/porto-alegre/lei-ordinaria/2018/1239/12381/lei-ordinaria-n-12381-2018-institui-e-define-como-zona-de-inovacao-sustentavel-de-porto-alegre-zispoa-a-area-que-especifica-compreendida-entre-os-bairros-bom-fim-farroupilha-floresta-independencia-rio-branco-e-santana>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

RECHIA, Simone. Espaço e planejamento urbano na sociedade contemporânea: políticas públicas e a busca por uma marca identitária na cidade de Curitiba. **Movimento**, [s. l.], v. 11, n. 3, p. 49–66, 2005.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. 2012. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

ROLNIK, Raquel. **Guerra dos Lugares: a colonização da terra e da moradia na era das finanças**. São Paulo: Boitempo, 2015.

SANFELICI, Daniel. Um olhar crítico sobre as repercussões urbanas das políticas de distritos criativos. **Quid 16: Revista del Área de Estudios Urbanos**, v. 7, p.62-66, 2017.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Pela mão de Alice: O Social e o Político na pós-modernidade**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

SCOTT, Allen J. Creative Cities: conceptual issues and policy questions. **Journal of Urban Affairs**, [s.l.], v. 28, s. 1, p. 1-17, 2006.

SELDIN, Claudia. **Da capital de cultura à cidade criativa: resistências a paradigmas urbanos sob a inspiração de Berlim**. Rio de Janeiro: UFRJ/FAU, 2015.

SOUZA, Marcelo Lopes. **Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanos**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

THOMASZ, Ana Gretel. Los nuevos distritos creativos de la Ciudad de Buenos Aires: la conversión del barrio de La Boca en el “Distrito de las Artes”. **EURE - Revista de Estudios Urbanos Regionales**, v. 42, n. 126, p. 145-167, 2016.

_____. Etnografía de un proceso de resemantización simbólico: del barrio de La Boca a Distrito de las Artes. **Quid 16: Revista del Área de Estudios Urbanos**, v. 7, p.67-93, 2017.

TORONTO. **Toronto's Business Improvement Areas**. Disponível em: <<https://www.toronto.ca/business-economy/business-operation-growth/business-improvement-areas>>. Acesso em: 7 abril 2018a.

_____. **Business Innovation Areas**. Disponível em: <<https://www.toronto.ca/city-government/planning-development/official-plan-guidelines/design-guidelines/streetscape-manual/about-streetscapes/streetscape-bias/>>. Acesso em: 7 abril 2018b.

_____. **Creative City: Toronto Creative Agenda**. Disponível em: <<http://www.torontocreaticity.ca>>. Acesso em: 27 maio 2018c.

_____. **Municipal Code: Chapter 19**. Disponível em: <https://www.toronto.ca/legdocs/municode/1184_019.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018d.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Economy Report 2008 – the Challenge of assessing the creative economy: towards**

informed policy- making. Genebra, 2008, 332p. Disponível em: http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf. Acesso em 4 mai. 2018.

_____. **Creative Economy Report 2010** – the Challenge of assessing the creative economy: towards informed policy- making. Genebra, 2013, 422p. Disponível em: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf. Acesso em 4 mai. 2018.

UNESCO. **Creative Cities Network**. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/home>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

_____. **Buenos Aires Report nº 1**, 2016. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities//node/7>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

URBSNOVA. Polo Distrito C: Distrito Criativo de Porto Alegre. Disponível em: <<https://distritocriativo.wordpress.com/>>. Acesso em: 25 maio 2018.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: VAINER, Carlos B.; MARICATO, Ermínia; ARANTES, Otilia Beatriz Fiori (Org.). **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 75-103.

VAZ, Lilian Fessler. **A “culturalização” do planejamento e da cidade: novos modelos?**, 2004 Disponível em: <http://www.etsav.upc.es/personals/iphs2004/pdf/063_p.pdf>. Acesso em. 4 jun. 2018.

WAINWRIGHT, Oliver. ‘Everything is gentrification now’: but Richard Florida isn't sorry. The Guardian. [s.l.], set. 2017. p. 1-1. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/cities/2017/oct/26/gentrification-richard-florida-interview-creative-class-new-urban-crisis>>. Acesso em: 16 maio 2018.

WEBER, Max. A “objetividade” do conhecimento na ciência social e na ciência política. In: _____. **Metodologia das ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 1992. p. 107-154.

ANEXOS

ANEXO A – Tabela de atores sociais e isenções fiscais do *Distrito de las Artes*

* el Cuadro es ilustrativo y de ningún modo incluye a todos los posibles beneficiarios de ley ni todas las exenciones impositivas que contempla

Exenciones Actor Social	ABL	Ingresos Brutos	Impuesto de Sellos	Tasa de Derechos Delineación y Construcciones	Total exenciones
Sectores populares	-	-	-	-	-
Escuelas, hospitales, merenderos, Centros de Salud, Centros de Deportes, Comedores Comunitarios	-	-	-	-	-
Organizaciones sociales o políticas	-	-	-	-	-
Comerciantes ramo alimentos	-	-	-	-	-
Vecinos clase media	-	-	-	-	-
Centros Culturales Comunitarios	X	-	-	-	1 (uno)
Artistas pequeños e independientes	X	-	-	-	1 (uno)
Tiendas que fundan o comercialicen en un 50 % "obras artísticas"	X	X	-	-	2 (dos)
Proprietarios que destinen el 50 % de un inmueble	X	X	-	-	2 (dos)
Teatros, museos, galerías de arte privados	X	X	X	-	3 (tres)
Inversores o empresarios	X	X	X	-	3 (tres)
Inversores que adquieran inmuebles para remodelar o terrenos para construir	X	X	X	X	4 (cuatro)
Inversores que adquieran terrenos y construyan edificios residenciales	X	X	X	X	4 (cuatro)

Cuadro de actores sociales y exenciones impositivas Ley Nº4353/12*

residentes en inquilinatos, inmuebles tomados, asentamientos u otro

almacenes, minimercados, panaderías

propietarios o locatarios

que ya residen en el barrio y desenvuelven sus actividades creativas allí

literarias, musicales, visuales o escénicas: discos, libros, películas u otras

salarios o empleados a gestionar, difundir, producir o comercializar "obras artísticas"

Figura "quienes realicen..."

Figura D.I.A para fomentar la gestión, difusión, comercialización o producción de obras artísticas

Figura E.A destinando el 30 % de las unidades funcionales a personas que destinen el 50 % de dichas unidades a gestionar, difundir, comercializar o producir de obras artísticas (Figura Estudios de artistas)

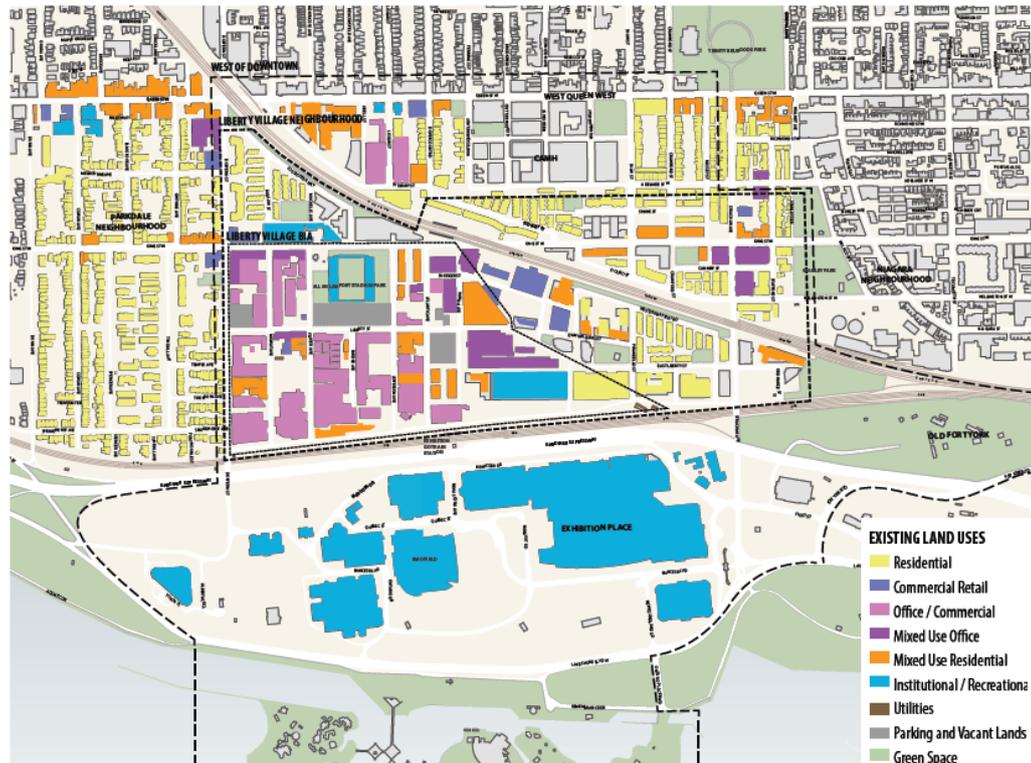
de las actividades promovidas*

para fomentar la gestión, difusión, comercialización o producción de obras artísticas

para fomentar la gestión, difusión, comercialización o producción de obras artísticas (Figura desarrolladores de infraestructura artística)

destinando el 30 % de las unidades funcionales a personas que destinen el 50 % de dichas unidades a gestionar, difundir, comercializar o producir de obras artísticas (Figura Estudios de artistas)

ANEXO B – Mapa de *Liberty Village* mostrando os usos atuais.



Fonte: LBVIA MASTERPLAN, p. 83. Legenda: “Usos da terra existentes: residencial, comercial/de varejo, escritórios/comercial, escritórios de uso misto, residencial de uso misto, institucional/recreacional, utilidades, estacionamento e terrenos livres, área verde.