

ECONOMIA CRIATIVA E CIDADES: espaços de reinvenção e reflexão econômica

ROBERTO CIRICO MACIEL

EAUFBA - ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DA UFBA

FLORIANO BARBOZA SILVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)

Agradecimento à orgão de fomento:

A Universidade Federal da Bahia, e a Universidade Pública no Brasil e todo ecossistema de pesquisa que permite o desenvolvimento nacional

ECONOMIA CRIATIVA E CIDADES: espaços de reinvenção e reflexão econômica

1 INTRODUÇÃO

As diferentes dimensões do conceito de desenvolvimento e seu inter-relacionamento com as transformações econômicas que romperam o século XX se expressaram não só em bens de consumo, matéria-prima e modelo de serviços. Houve a imersão de novas tecnologias, a gestão e difusão de conhecimentos e a criação novos modelos de negócios, que afetaram a economia e tornaram as cidades cada vez mais inteligentes. Nesta direção, pode-se então afirmar que, a cultura, as tecnologias da informação e comunicação e a criatividade tem feito a diferença no desenvolvimento dos territórios.

Nesta lógica, pensa-se sobre a criatividade, ao direcionar estudos sobre a relação entre ela, a técnica humana e a inovação. Estes elementos trazem horizontes sobre as novas condições de desenvolvimento, proporcionando um ecossistema complexo de análise. A combinação dessas variáveis tem transformado a economia, os lugares e as redes de negócios e de pessoas, pensando os procedimentos imateriais e intangíveis, com alta proposta de valor agregado, que se materializa em produtos e serviços a disposição de todos.

As concepções sobre a temática abordada nesta pesquisa são desenvolvidas cientificamente há décadas, e a categoria das cidades criativas tem alcançado o desejo de pesquisadores, governos, organizações tecnológicas, empreendedores e organizações da sociedade civil, o que leva ao fortalecimento do desenvolvimento cultural, político, econômico e social das civilizações.

Neste ínterim, a economia criativa tem ganhado cada vez mais destaque nos últimos anos como um novo paradigma econômico impulsionado pela criatividade, inovação e talento humano. Ela abrange uma ampla gama de setores, desde as indústrias tradicionais, como artes visuais, música, teatro e cinema, até segmentos emergentes, como design, moda, jogos eletrônicos e a nova tecnologia da informação.

Nesse contexto, a geração de produtos e serviços torna-se um elemento crucial da economia criativa. Ao combinar habilidades, conhecimento técnico e uma mentalidade empreendedora, os profissionais dessa área desenvolvem elementos diferenciados, que agregam valor tanto para os consumidores quanto para a economia como um todo.

Os produtos e serviços gerados na economia criativa transcendem a mera funcionalidade, oferecendo experiências enriquecedoras e emocionais aos consumidores. Eles são projetados para despertar sensações, contar histórias e engajar o público de maneiras inovadoras. Além disso, essas produções muitas vezes refletem a identidade cultural de uma sociedade, promovendo a diversidade e a expressão criativa de determinada sociedade.

Um aspecto fundamental da geração de produtos na economia criativa é a colaboração entre diferentes áreas e profissionais. Designers, artistas, engenheiros, programadores e especialistas em marketing unem forças para criar produtos interdisciplinares e multidimensionais. Essa abordagem colaborativa estimula a troca de ideias e conhecimentos, impulsionando a criação de soluções inovadoras e disruptivas.

Trata-se de uma nova ótica, antes não praticada, onde o serviço e o produto experimentam novas conexões e linguagens e se alimentam do conhecimento e da inovação para promover função, experiência e valor.

Além disso, a economia criativa e a geração de bens e serviços têm um impacto significativo no desenvolvimento econômico de uma região. Ao incentivar a criação de empresas e o empreendedorismo, essas atividades contribuem para a geração de empregos, o crescimento da renda e a promoção da sustentabilidade.

Por este caminho, surgiu o problema desta pesquisa que assim se configura: *como a economia criativa nas cidades estudadas é potencial para a reinvenção de fatores, setores e ambientes economicamente sustentáveis?* Nesta direção, o objetivo geral da pesquisa é o de analisar como dois territórios gerenciam o ecossistema criativo para promover desenvolvimento sustentável.

Para alcance dessas premissas, os objetivos específicos se circunscrevem da seguinte maneira: investigar o impacto da economia criativa no desenvolvimento econômico local; avaliar os efeitos da economia criativa na transformação urbana das cidades estudadas e, por fim, explorar as interações entre a economia criativa e a cultura das cidades.

Assim, este estudo colabora para o pensamento da economia criativa e a geração de produtos, como representação de uma abordagem dinâmica e inspiradora para impulsionar o crescimento econômico. Ao longo do estudo aponta-se que é com base na criatividade e na inovação, que os negócios têm o potencial de transformar a maneira como vivemos, trabalhamos e nos conectamos, impulsionando a cultura, o desenvolvimento social e a prosperidade econômica de uma determinada região.

Esse estudo está dividido em cinco seções, incluindo esta aqui apresentada e denominada de introdução. A seção dois destina-se a apresentação do referencial teórico e a três a metodologia. Na seção quatro são apresentados os resultados obtidos e na cinco as considerações finais que resumiu os principais resultados da pesquisa e destacou suas contribuições para o campo da economia criativa e estudos urbanos.

2. CIDADES CRIATIVAS E A ECONOMIA: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O termo “economia criativa” surgiu em 2001, na obra de John Howkins sobre o relacionamento entre criatividade e economia. Para ele, “[...] a criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas o que é nova é a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar extraordinário valor e riqueza” (HOWKINS, 2002, p.22).

Howkins (2022) emprega o termo “economia criativa” de forma ampla, abrangendo 15 indústrias criativas que vão desde as artes até os maiores campos da ciência e da tecnologia. Segundo suas estimativas, no ano 2000, a economia criativa valia US\$ 2,2 trilhões no mundo inteiro, crescendo 5% ao ano. Para ele, existem dois tipos de criatividade: o tipo que se relaciona com a realização das pessoas enquanto indivíduos e o tipo que gera um produto.

O primeiro é uma característica universal da humanidade e é encontrado em todas as sociedades e culturas. O segundo é mais intenso em sociedades industriais, que atribuem um valor maior à novidade, à ciência e à inovação tecnológica e aos direitos de propriedade intelectual. (OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, s.d., p.20)

Para Florida (2005), por sua vez, há necessidade de se distinguir inteligência como atributo usado para compreender dados e processar informações e a criatividade, que teria o intuito de criar coisas novas e úteis através de sua capacidade de sintetizar informações, percepções e elementos materiais. Assim, a criatividade estaria conceitualmente já atrelada a essa ideia de “geração de um produto”.

Um marco mundial na aceitação dessa nova forma de produção econômica, que compreende a criatividade como gerador de produtos, e que trouxe a primeira reunião do que havia de pensamento e prática sobre indústrias criativas foi a XI Conferência Ministerial da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), em 2004. A partir das recomendações feitas no “Painel de Alto Nível sobre Indústrias Criativas e Desenvolvimento”, a instituição adotou o conceito “indústrias criativas” na agenda econômica

e de desenvolvimento internacional. Dessa forma ficou instituído o que se convencionou a ser chamado de “economia criativa”.

A entidade define assim o conceito de economia criativa (UNCTAD, 2010, p.10):

A “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.

- Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.
- É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral.
- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.
- No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

Antes, porém, de chegar ao campo institucional das Nações Unidas, o conceito de economia criativa – derivado da ideia de indústrias culturais (HOWKINS, 2002), que, por sua vez, se deu por ampliação do conceito de indústrias culturais – nasceu no âmbito das políticas governamentais australiana e inglesa, como assinalam Pitombo e Barbosa (2017, p.183). Só depois que ele migra para a academia, onde – como visto – passa por um processo constante de (re) conceituação e reformulação. Dessa forma, ao chamar atenção para a ausência de dados sobre a questão dos agentes públicos e para a governança para o fomento de territórios culturais, parece estar diante de uma informação paradoxal, uma vez que é ali que ele, de certa forma, nasce.

A economia criativa, em suma, refere-se a uma série de atividades motivadas na criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos. Essas atividades geralmente envolvem a exploração da criatividade e habilidades artísticas, como a música, a arte, o cinema, o design, a moda, a gastronomia, entre outras. Como campo em constante evolução, porém, não pode ser traçada uma lista definitiva dos autores basilares da área, até mesmo pelo gradativo aumento de pesquisas publicadas regularmente sobre o assunto.

Por fim, trata-se de um setor em crescimento em todo o mundo, e está se tornando cada vez mais importante como um motor econômico em muitas sociedades. Ela inclui tanto profissionais e empresas do setor criativo, quanto também empreendedores e empresas de outras áreas que incorporam aspectos criativos em seus produtos e serviços (SILVA, 2018).

As cidades criativas têm aspectos que promovem impactos significativos para a sociedade contemporânea. Proporcionam um ambiente propício à inovação e ao empreendedorismo, e são centros de criatividade e inovação, onde ideias e talentos se encontram. Elas oferecem um ambiente propício para o surgimento e o crescimento de empreendimentos criativos e indústrias inovadoras. Isso impulsiona a geração de empregos, a diversificação econômica e o surgimento de soluções para desafios contemporâneos.

Nesta lógica, valorizam e promovem a expressão cultural e artística em suas múltiplas formas, requalifica espaços e territórios, promove inclusão produtiva e atende uma cadeia de serviços cada vez mais diversa e conectada com diferentes linguagens e conhecimentos. Geralmente abrigam uma variedade de instituições culturais, como museus, teatros, galerias de arte, festivais e eventos culturais. Isso não apenas enriquece a vida cultural dos habitantes, mas também atrai visitantes e turistas, gerando receitas e fortalecendo a identidade cultural da cidade.

A cidade criativa é um conceito que se refere a um espaço que valoriza e promove a criatividade, a cultura, as indústrias criativas e o capital humano. Elas incentivam a colaboração

entre diferentes setores, profissionais e comunidades e proporcionam a criação de espaços colaborativos, como incubadoras, startups, *hubs* criativos e espaços de *coworking*, onde pessoas de diferentes áreas podem se conectar, trocar conhecimentos e colaborar em projetos conjuntos. Essa interação multidisciplinar estimula a inovação, a cocriação e a resolução de problemas complexos.

Essas cidades geralmente possuem uma concentração de talentos e recursos nas áreas de arte, design, música, cinema, literatura, arquitetura, tecnologia, engenharia e outras formas de expressão criativa e intelectual, isso porque “a criatividade e o conhecimento abrangem macro e microuniversos, não apenas as coisas relacionadas ao ser humano, mas ao universo de todas as coisas em sua dimensão infinita” (MAGNAVITA, 2015, p.14), determinando o poder da construção criativa de espaços ecossistêmicos.

Neste caminho, o autor afirma que criatividade, portanto, que “relaciona-se com o conceito “poder” que descodificam os estratos e constituem um território, enquanto sentido de propriedade), o qual por sua vez, pressupõe processos de desterritorialização” (MAGNAVITA, 2015, p.14).

Dessa forma, pensar as cidades criativas é voltar-se ao estímulo à economia criativa, onde essas buscam promover o desenvolvimento de setores como artes, design, mídia, tecnologia e entretenimento, atraindo talentos e investimentos. Além disso, eles podem fornecer oportunidades para empreendedores de pequenas empresas, promovendo a inclusão produtiva, a inovação e o crescimento econômico.

Segundo Fernandes (2009), a promoção da diversidade cultural é potencializadora nas cidades criativas. Essas geralmente abrigam uma variedade de expressões culturais, abraçando a diversidade étnica, religiosa, linguística e artística. Isso cria um ambiente propício para a troca de ideias, intercâmbio cultural e diálogo intercultural. Elas têm, neste contexto, o potencial de serem inclusivas e acolhedoras para diversos grupos sociais. Uma cidade criativa acolhe as diferenças e o diverso e se utiliza desses recursos para gerar inovação e novas experiências.

Por esse caminho, o autor destaca seu poder de renovação urbana e revitalização de espaços, onde as cidades criativas muitas vezes promovem melhorias e refuncionalizam áreas urbanas degradadas ou abandonadas, ao torná-las espaços criativos, como distritos de arte, bairros culturais ou incubadoras de *startups*. Isso não apenas melhora a qualidade de vida dos moradores, mas também atrai turistas, aumenta o valor imobiliário da região e impulsiona o turismo cultural (FERNANDES, 2009).

Por esse aspecto, a inovação e as soluções criativas para desafios sociais são parte da discussão sobre as cidades criativas, uma vez que essas são locais onde esses aspectos (a inovação e a criatividade) são valorizados. Elas pensam a diversidade e promovem a igualdade de oportunidades, criando espaços onde pessoas de diferentes origens, etnias, gêneros e orientações sexuais podem se expressar e contribuir para a vida cultural e econômica da cidade. Isso fortalece a coesão social, reduz desigualdades e promove a justiça social (FERNANDES, 2009).

Neste âmbito, Fernandes (2009) vai defender que essas sociedades podem se tornar laboratórios urbanos, onde soluções criativas são desenvolvidas para enfrentar desafios sociais, como mobilidade urbana, sustentabilidade, inclusão social e qualidade de vida. Por meio de abordagens colaborativas e participativas, as cidades criativas podem encontrar novas maneiras de resolver problemas complexos.

Nesse sentido, portanto, a participação cidadã e o empoderamento são aspectos presentes nas cidades criativas, que os incentivam na medida em que estimulam o engajamento ativo da comunidade local. Possuem a capacidade de revitalizar e regenerar áreas urbanas degradadas ou subutilizadas (BANDEIRA, 2015). Ao atrair investimentos e atividades criativas, essas áreas podem ser transformadas em espaços vibrantes, revitalizando a economia local, criando empregos e melhorando a qualidade de vida dos moradores.

Pode-se confirmar que são grandes espaços dialéticos, com trocas experienciais, e envolvimento populacional, onde o empoderamento dos cidadãos impera. Há, assim, o fortalecimento do senso de pertencimento e permite que a população contribua para moldar o futuro da cidade (BANDEIRA, 2015).

O objeto desta investigação científica se dá pela prática dos profissionais de gestão, os quais, em algum momento, mobilizam esforços orientados ao processo de direção, controle e planejamento de atividades econômicas por meio da criatividade e, de maneira atuante, envolvendo a originalidade. Tal assunto tem profunda relação com os debates sobre a contemporaneidade; influi e conflui nos modelos de negócios na atualidade, na realidade da sociedade de consumo e nos diferentes modelos econômicos baseados no uso de técnicas e modelos de mediação potencial de tecnologias, interações, cultura e parcerias colaborativas entre agentes diversos do setor público e privado (AGUIAR; LIMA, 2019).

Com isso, a já citada participação cidadã é estimulada, bem como o engajamento ativo da comunidade. As cidades criativas atraem turistas interessados em experiências culturais e criativas (AGUIAR; LIMA, 2019). A oferta de eventos, festivais, exposições, shows e outras atividades criativas aumenta o fluxo de visitantes, impulsionando o setor de turismo. Isso gera receitas, cria empregos e estimula a preservação do patrimônio cultural da cidade.

A promoção da diversidade cultural – e a subsequente diminuição da intolerância – acaba por gerar espaços de diálogo nos quais a população se torna elemento ativo na tomada de decisões sobre aspectos que envolvem sua cidade, na posição de cidadãos. Ao impulsionar a economia, fomentar a cultura, estimular a inovação e promover a inclusão, essas cidades desempenham um papel fundamental no desenvolvimento social, cultural e econômico das comunidades.

Assim, as cidades criativas são movimentos constitutivos da economia criativa (SILVA, 2018). Por esse caminhar, de modo concernente, Aguiar e Lima (2019) sugerem que o caráter que aflora da discussão está no lugar de que o setor econômico merece um olhar mais apurado, diante de suas especificidades e do seu grau de relativa novidade, bem como da influência que as políticas públicas imprimem na sua estrutura e na sua dinâmica.

3 METODOLOGIA

A metodologia desta pesquisa se movimenta a partir da definição dos seus objetivos, bem como no estabelecimento de objetivos específicos, como analisar o impacto da economia criativa nas cidades, avaliar os seus feitos e explorar as interações culturais, sociais e econômicas no âmbito de um determinado território.

Sob este caminho, realizou-se uma pesquisa teórico-empírica, com uma revisão de literatura existente sobre economia criativa e seu papel nas cidades. Assim, na análise de resultados, apresentou-se o estudo de caso de duas experiências que se constituem como de sucesso: uma nacional e outra internacional, entendendo o estudo de caso como fenomenológico (YIN, 2005).

Para tal, foi necessário o estabelecimento de um quadro teórico-conceitual, este que forneceu as bases conceituais para a pesquisa, característica necessária para a argumentação aprofundada do tema e concernente aos objetivos já estabelecidos (LAKATOS; MARCONI, 2001). Deste modo, identificou-se os principais conceitos e teorias relacionadas à economia criativa e seu impacto nas cidades.

Com uma abordagem qualitativa, para obter uma visão abrangente dos aspectos econômicos, sociais e culturais relacionados à economia criativa nas cidades e ao propor uma análise de experiências e fatos que estão nas entrelinhas do que se pretendeu avaliar (LUDKE; ANDRÉ, 1986), a seleção da amostra foi dada através da identificação de duas cidades que se

tornaram objeto deste estudo.

Neste sentido, apresentou-se aqui os resultados da pesquisa de forma clara e objetiva, discutindo os achados à luz do quadro teórico-conceitual estabelecido, relacionando-os com a literatura existente e explorando as implicações e possíveis recomendações para o desenvolvimento da economia criativa nas cidades.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS: AS ATIVIDADES PROFISSIONAIS NA ECONOMIA CRIATIVA E CASOS DE SUCESSO

Um dos estudiosos referenciais no tema, Richard Florida (2002), é específico ao enfatizar o aspecto humano, que concentra classes de trabalhadores envolvidos no desenvolvimento de novas tecnologias e conteúdos criativos. Assim, ele conceitua o que chamou de “classe criativa”, cuja presença gera dinamismo econômico, social e cultural, especialmente em áreas urbanas. Essa classe estaria, segundo ele, subdividida em dois subgrupos: 1) composto por cientistas, engenheiros, professores, escritores, profissionais dos setores de entretenimento, designers e editores – que formariam seu núcleo criativo; 2) composto por legisladores, profissionais da área da saúde, gerentes, agentes de negócios, advogados e policiais.

No campo das atividades profissionais, a denominada economia criativa envolve uma grande variedade de ocupações, e delimitar suas fronteiras torna-se um desafio. Houve um grande esforço analítico para a classificação dos seus segmentos produtivos. Antes de Florida, a primeira classificação foi elaborada pelo governo britânico e inclui as seguintes atividades: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, cinema, software, softwares interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias, além das atividades relacionadas às tradições culturais. A partir desse primeiro esquema classificatório, derivaram ainda mais atividades que comporiam a economia criativa.

A criatividade dos agentes que coabitam um determinado contexto espacial pode ser determinante para o desenvolvimento dos territórios e para o desenvolvimento urbano. Desde que haja uma ação catalizadora que alimente esse ecossistema, estimule a presença de trabalhadores e instituições do conhecimento, motivando a organização dos territórios quer no sentido do estabelecimento de redes sociais e de conhecimento, quer no aparecimento de um clima atrativo de talentos favorável à “experimentação” acadêmica, cultura urbana, social, entre outras. Esta atmosfera impulsiona os fluxos criativos, tendo a cidade como principal espaço de produção e disseminação, surgindo assim uma nova forma de abordar os “lugares” criativos.

O relatório *Análise da Situação e Avaliação do Programa de Empreendedorismo Social e Criativo Financiado pelo Newton Fund* (NEWTON FUND; BRITISH COUNCIL, 2018), encomendado pelo Conselho Britânico, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), como parte do Programa de Engajamento e Desenvolvimento Profissional do Newton Fund no Brasil, mapeou a presença de iniciativas de formação de ecossistemas criativos em alguns estados brasileiros, exemplificando casos em desenvolvimento no Brasil e em outros países, dos quais destacamos o Porto Digital em Recife, Pernambuco, e a Brno Criativa, na República Tcheca.

Do documento *Estratégias para o Desenvolvimento dos Clusters do Ceará* (2021), realizado pelo Observatório da Indústria do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Ceará (Sistema Fiec), em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará (Sebrae-CE) foram extraídas outras duas experiências relevantes: o Districte de la Innovació 22@Barcelona e o Distrito C, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Deste modo, neste artigo, analisou-se empiricamente dois exemplos de projetos em cidades criativas: uma experiência nacional e outra internacional.

4.1. Porto Digital¹

O estado de Pernambuco não tem um plano específico para o desenvolvimento da Economia Criativa, mas o Plano Estadual de Cultura é bem estruturado e menciona a importância de desenvolvê-lo. O estímulo à cultura é basicamente feito com recursos públicos da Funcultura (Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura) que cobrem diversos projetos para promovê-la. Esse fundo é o principal financiador das atividades culturais, como o carnaval, a literatura e manifestações da cultura popular, e ainda de treinamento e construção de capacidades. Entre as linhas de incentivo, a maior é oferecida ao setor de audiovisual, que distribui recursos às várias áreas da cadeia de produção cinematográfica. Esse setor é bem organizado no estado e conta com o apoio técnico e estratégico do PortoMídia, um braço do Porto Digital. Além do setor de audiovisual, há uma linha específica para música, e um incentivo público-privado à cultura, mediante renúncia fiscal do ICMS.

Localizado no Recife (capital do estado), o Porto Digital é considerado um dos principais parques tecnológicos e ambientes de inovação do Brasil, além de ser parte essencial da nova economia digital pernambucana. Com uma territorialidade singular, o Porto Digital é um parque urbano instalado no centro histórico do Recife, no bairro de Santo Amaro, ocupando uma área de 149 hectares. Trata-se de uma iniciativa do setor privado, credenciada pelo Governo do Estado e pela Prefeitura de Recife para implementar políticas de desenvolvimento econômico.

As empresas ali sediadas são desenvolvedoras de *softwares* e de serviços do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), com especial ênfase na Economia Criativa digital, como *games*, cine-vídeo-animação, música, fotografia e design – setores contemplados pelo projeto PortoMídia. Desde 2015, o Porto Digital também passou a atuar no setor de tecnologias urbanas como prioridade estratégica.

Ele é resultado de uma ação coordenada entre governo, universidade e o setor privado, em um modelo conhecido como “Hélice Tripla”. De acordo com dados de 2017, o Porto Digital abriga 300 empresas, organizações de fomento e órgãos governamentais, 800 pequenas empresas que empregam cerca de 9.000 trabalhadores e que geram cerca de R\$ 1,5 bilhão por ano (dados de 2014). Desde a fundação, o Porto Digital mantém uma estreita relação de trabalho com a Universidade Federal de Pernambuco, mas também possui uma instituição de ensino superior, a Cesar School (Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife) e uma escola pública estadual.

Em 2014, o Porto Digital passou por uma expansão, inaugurando novos parques tecnológicos no interior do estado: em Caruaru, no Agreste de Pernambuco, impulsionando o desenvolvimento e as oportunidades para as cidades e comunidades da região. Com 4 salas de treinamento, 2 aceleradoras de negócios, 3 incubadoras e 4 espaços de trabalho conjunto, o centro realiza novos projetos e ideias.

Além da Fundação para Cultura e Turismo, Caruaru tem uma Secretaria de Desenvolvimento Econômico e de Economia Criativa. Essa secretaria desenvolveu um programa para acelerar e incubar empresas, além de agilizar o processo de registro de abertura – em Caruaru é possível abrir uma empresa em sete dias com o programa Agiliza Caruaru.

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico e de Economia Criativa de Caruaru também mantém um grupo de nove empresas incubadas no Armazém da Criatividade de Caruaru. Elas oferecem estruturas de apoio especial para inovação e empreendedorismo, e atuam de maneira integrada com ciência e tecnologia e em estreita coordenação com os setores

¹ Disponível em: <https://www.portodigital.org/>. Acesso em: 12 jan 2022.

criativos de Design, Moda, Games, Cine-Vídeo-Animação, Fotografia e Música. O Conselho de Cultura da Cidade, formado por membros da sociedade civil, tem um papel de liderança estratégico na cultura para a construção da cidade e sua relação com a Economia Criativa. Um fundo municipal de cultura também foi estabelecido, com vários objetivos para os próximos dez anos.

A cultura de Caruaru tem seu ponto forte nos trabalhos de cerâmica e na música. A Fundação para Cultura e Turismo de Pernambuco tenta promover diferentes atividades artísticas durante todo o ano, sendo a festa de São João a principal celebração cultural.

4.2. Brno Criativa – República Tcheca

Brno é a segunda maior cidade da República Tcheca e localiza-se no coração da região da Morávia do Sul. Trata-se de um centro acadêmico composto por 14 universidades e cerca de 90.000 alunos. É uma cidade rica em história e patrimônio cultural, incluindo a Casa Tugendhat, declarada patrimônio mundial pela Unesco.

A Brno Criativa começou como uma plataforma para pessoas criativas divulgarem seus eventos e atividades. Era o típico modelo de rede visto em muitas cidades da Europa. Entretanto, com o mapeamento estratégico e a posterior mudança de política a favor das indústrias criativas, a Brno Criativa se posicionou como uma plataforma de desenvolvimento essencial para a economia criativa da cidade e região.

Ela adotou uma abordagem de longo prazo ao desenvolvimento cultural e começou a identificar oportunidades para o desenvolvimento e crescimento da Economia Criativa, o que foi catalisado pelo projeto de pesquisa patrocinado pelo governo tcheco intitulado “Mapeamento das Indústrias Culturais e Criativas da República Tcheca (2011-2015)”. Sob a liderança do Instituto de Artes e Teatro (ATI), essa pesquisa proporcionou uma base sobre o perfil e dinâmica das indústrias criativas da República Tcheca e identificou polos, *clusters*, pontos fortes e fracos específicos do setor.

A prefeitura ajudou a identificar um local para o desenvolvimento de um polo da Brno Criativa e o escolhido foi a antiga prisão. Sua localização central, seu legado arquitetônico e o misto de espaços fazem dela o local ideal para uma economia reinventada, impulsionada pela prática criativa. A iniciativa está sendo desenvolvida em parceria com o Centro de Inovação da Morávia do Sul, a fim de permitir intercâmbios com os setores mais amplos de tecnologia e uso intensivo de conhecimento, e apoia amplamente a criação de redes de contatos entre empresas das indústrias criativas e de inovação e de outros setores.

Além de oferecer espaço de trabalho, salas de ensaio, espaço comunitário e espaço para eventos, a prisão reformada serve como campo de testes para uma variedade de linhas de política e investimento para a economia criativa da cidade. Isso inclui os “Créditos Criativos”, que incentivam projetos comerciais entre o setor criativo e demais setores a fim de catalisar inovação (onde setores “não criativos” compram serviços criativos para melhorar a inovação).

5 CONCLUSÃO

A economia criativa e as cidades têm uma relação simbiótica, na qual ambas se beneficiam mutuamente. As cidades se tornam espaços de reinvenção e reflexão econômica, enquanto a economia criativa encontra nas cidades o terreno fértil necessário para prosperar. Ao longo deste estudo, pudemos observar como a economia criativa desempenha um papel crucial na transformação das cidades contemporâneas, gerando impactos significativos em diversos aspectos sociais, culturais e econômicos.

O fenômeno impulsiona a inovação, estimulando a criação de novas ideias, produtos e serviços. Ela promove o empreendedorismo e a diversificação econômica, criando oportunidades de emprego e contribuindo para o crescimento econômico das cidades. Além disso, a economia criativa valoriza a expressão cultural e artística, enriquecendo a vida cultural dos habitantes e fortalecendo a identidade cultural da cidade.

As cidades criativas se tornam espaços colaborativos e interdisciplinares, onde profissionais de diferentes áreas podem se conectar, colaborar e (co) criar soluções inovadoras. Essa interação multidisciplinar impulsiona a criatividade e a resolução de problemas complexos. Além disso, as cidades criativas promovem a inclusão social e a diversidade, criando ambientes acolhedores para pessoas de diferentes origens e experiências, fortalecendo a coesão e a justiça social.

Outro aspecto relevante é a capacidade das cidades criativas de regenerar áreas urbanas degradadas. Através do estímulo da economia criativa, essas áreas podem ser revitalizadas, transformando-se em espaços vibrantes, atraindo investimentos, criando empregos e melhorando a qualidade de vida dos moradores.

Ademais, as cidades criativas se tornam destinos turísticos de excelência, prospectando visitantes interessados em experiências culturais e criativas. Os eventos, festivais e atividades promovidas pela economia criativa impulsionam o setor do turismo, gerando receitas e valorizando o patrimônio cultural da cidade.

Destarte, a economia criativa e as cidades se entrelaçam em uma relação dinâmica e frutífera; são espaços de reinvenção e reflexão econômica, impulsionadas pela criatividade, inovação e talento humano. Elas são motores de transformação social, cultural e econômica, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades e para a construção de um futuro próspero e criativo. Nesse sentido, compreender e promover a economia criativa nas cidades é fundamental para a construção de sociedades mais inclusivas, dinâmicas e resilientes.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, R.B.; LIMA, L.L. **Políticas Públicas de Economia Criativa**: proposta de framework analítico a partir de uma perspectiva de desenvolvimento. *Revista Eletrônica Geographia meridionalis* – UFSC. Pelotas, RS. Vol. 5, n. 2, mai. 2020, p. 117-133, 2019.

ANDRÉ, M; LUDKE, M. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

BANDEIRA, M. G. **Políticas criativas para um novo ecossistema cultural**. In: BANDEIRA, M. G.; COSTA, L. F. (Orgs.). *Dimensões criativas da economia da cultura: primeiras observações*. Salvador: Edufba, 2015. p.185-200.

FERNANDES, B. M. **Sobre a tipologia de territórios**. In: *Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos*. São Paulo: Expressão Popular, 2009, p. 197–215.

FIEC. **Federação das Indústrias do Estado do Ceará**. Estratégias para o desenvolvimento dos Clusters do Ceará: Cluster Produtivo do Cariri. Fortaleza: FIEC, 2021. Disponível em: <https://arquivos.sfiec.org.br/nucleoeconomia/files/files/>

FLORIDA, R. **Cities and the Creative Class**. Nova York: Routledge, 2005.

HOWKINS, J. **Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. London: Allen Lane, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001

MAGNAVITA, P.R. **Resistência criativa à Economia Criativa: processos midiáticos e a construção da subjetividade – novo paradigma ético**. In: BANDEIRA, M.G.; COSTA, L.F. (Orgs.). *Dimensões criativas da economia da cultura: primeiras observações*. Salvador: Edufba, 2015. p.11-25.

OLIVEIRA, J.M.; ARAUJO, B.C.; SILVA, L.V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), s.d. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf. Acesso em: 16 mai. 2023. Outras%20publicacoes/ClusterProdutivoDoCariri.pdf. Acesso em: 20 out 2022.

PITOMBO, M.; BARBOSA, F. **Carreiras artístico-culturais e economia criativa: princípios, valores e tensões em processos de formação e profissionalização**. In:

BARBALHO, A.; ALVES, E. P. M; VIEIRA, M.P. (orgs.). *Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento*. Salvador: EDUFBA, 2017, p.175-199.

SILVA, F.B. **Economia Criativa: Raízes históricas no pensamento e ação de Celso Furtado**. 2018. 110 f. Tese (Doutorado Multi-institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento). Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Educação. Salvador. 2018

UNCTAD. **Creative economy report 2010: a feasible development option**. Genebra: United Nations, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.