



A Criatividade como vetor da transformação urbana: cases e aplicações

Jadhi Vincki Gaspar¹

Sofia Lorena Urrutia Pinto²

Clarissa Stefani Teixeira³

Resumo: Para equacionar os temas da criatividade urbana com as temáticas do espaço público, a criatividade é abordada nesse estudo como uma valiosa vertente que permite a reinvenção da cidade, suas vivências, formas de concebê-la e de representá-la, formas de construí-la e requalificá-la, entre outras manifestações, que tornam a cidade mais criativa. Em suma, uma cidade criativa pode ser definida quando a criação de oportunidades provém da habilidade de explorar o potencial das ideias, de informação, conhecimento e talento, com base na criatividade, transformando o ambiente em um cenário econômico vital. No entanto, o objetivo desse artigo consiste em apresentar três cidades que usufruíram da criatividade para impulsionar uma nova dinâmica de processos e modelos sociais, culturais e econômicos: a cidade Barcelona (Espanha), modelo considerado receita para tornar uma cidade criativa, Lisboa (Portugal) - cidade que possui um histórico de valorização cultural atrelada à capacidade criativa para inovar o conceito urbano da região. Por fim, com princípios similares, no âmbito nacional destaca-se Florianópolis (Santa Catarina), a qual é uma das cidades brasileiras que possui a chancela Cidade Criativa pela Rede de Cidades Criativas da UNESCO por determinados traços característicos estabelecidos na região, contudo, o foco de discussão será no desenvolvimento da economia criativa local através do Centro Sapiens, projeto que visa potencializar os setores criativos da capital catarinense.

Palavras-chave: Criatividade; Cidade Criativa; Barcelona; Lisboa; Florianópolis.

¹ Graduanda em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; CSE; VIA Estação Conhecimento. Fone: (48) 996737062. Email: jadhivincki@hotmail.com

² Graduanda em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; CSE; VIA Estação Conhecimento. Fone: (48) 96811223. Email: sofiaurrutia@outlook.com

³ Doutora. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; Fone: (48) 91585552. Email: clastefani@gmail.com



Creativity as a vector of urban transformation: cases and applications

Jadhi Vincki Gaspar⁴

Sofia Lorena Urrutia Pinto⁵

Clarissa Stefani Teixeira⁶

Abstract: In order to equate the themes of urban creativity with the themes of the public space, creativity is approached in this study as a valuable strand that allows the reinvention of the city, its experiences, ways of conceiving and representing it, ways of building it and requalify it, among other manifestations, that make the city more creative. In short, a creative city can be defined when the creation of opportunities comes from the ability to exploit the potential of ideas, information, knowledge and talent, based on creativity, transforming the environment into a vital economic scenario. However, the purpose of this article is to present three cities that have enjoyed creativity to foster a new dynamic of social, cultural and economic processes and models: the city of Barcelona (Spain), a model considered a recipe for a creative city, Lisbon) - a city that has a history of cultural valorization linked to the creative capacity to innovate the urban concept of the region. Finally, with similar principles, Florianópolis (Santa Catarina) is one of the Brazilian cities, which has the seal of the Creative City Network by the UNESCO of Creative Cities for certain characteristic features established in the region. However, the focus of discussion will be on the development of the local creative economy through the Sapiens Center, a project that aims to empower the creative sectors of the state capital.

Keywords: Creativity; Creative City; Barcelona; Lisbon; Florianópolis.

⁴ Graduated in Accounting Sciences. Federal University of Santa Catarina - UFSC; CSE; VIA Knowledge Station. Phone: (48) 996737062. Email: jadhivincki@hotmail.com

⁵ Graduated in Accounting Sciences. Federal University of Santa Catarina - UFSC; CSE; VIA Knowledge Station. Phone: (48) 96811223. Email: sofiaurrutia@outlook.com

⁶ Doctor. Postgraduate Program in Engineering and Knowledge Management. Federal University of Santa Catarina - UFSC; Phone: (48) 91585552. Email: clastefani@gmail.com



Introdução

Nos últimos anos, tem-se observado uma evolução dos discursos institucionais em relação às noções de criatividade e inovação num contexto de produção de imagens da cidade (ALBUQUERQUE, 2017). O reconhecimento nacional e internacional do potencial econômico da cultura (KEA, 2006), assim como da economia criativa (UN, 2013), pareceu colocar a criatividade como um instrumento de desenvolvimento e como solução potencial para os vários problemas socioeconômicos que passam pela necessidade de inovação, de novas abordagens na educação, no desenvolvimento do capital social e na coesão social. Com o advento da crise financeira, a criatividade tem lugar nas várias agendas políticas, também nos campos do patrimônio, da ação cultural, do turismo, entre outros.

No entanto, o processo de transformação urbana provido pela criatividade pode ser considerado um fator determinante para tornar uma cidade criativa e habitável, pois, dependendo dos contextos, a criatividade pode ser um instrumento de regeneração dos recursos culturais e patrimoniais, assim como um modo de desenvolvimento mais sustentável de novos modelos de economia. Segundo o relatório da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2010) a cidade criativa é vista como aquela que busca fortalecer a estrutura artístico-cultural, estimula o desenvolvimento socioeconômico por intermédio das indústrias criativas ou da economia criativa, abriga lugares atrativos à classe criativa e, conseqüentemente, move empresas para esses lugares. Estas, por sua vez, incentivam a interação tecnológica e comunicacional, estimulam uma cultura de criatividade de forma que os setores das diferentes esferas da sociedade trabalhem em conjunto para promover soluções inovadoras. Em suma, para Pimentel et al (2017) uma Cidade Habitável congrega múltiplas dimensões, como criatividade, inteligência, internacionalidade e herança cultural-patrimonial, deixando de ser mero lugar de passagem para as pessoas que se percebem usuárias, para ser construída para as pessoas e com as pessoas.

Tendo em conta os contextos nacionais e internacionais atuais, conforme indica Albuquerque (2017) as estratégias e projetos urbanos vão refletir a vontade política dos atores institucionais em transformar as cidades em espaços mais criativos e inovadores e a incluir o



patrimônio nessa nova abordagem. As cidades europeias contemporâneas, com destaque para Barcelona (Espanha) e Lisboa (Portugal), pretendem serem cada vez mais criativas, participativas, sustentáveis, acessíveis e justas, vinculadas a um novo modo de governança urbana e de transformação das lógicas de ação coletiva (ALBUQUERQUE, 2017). Já no âmbito nacional, atualmente cinco cidades brasileiras possuem a chancela Cidade Criativa pela Rede de Cidades Criativas da UNESCO, entre elas, Florianópolis na categoria gastronomia e fomento a economia criativa.

A fim de apresentar a criatividade como uma das principais fontes de inovação e como um recurso essencial nas relações sociais, econômicas e culturais, o objetivo desse estudo é expor conceitos e características que compõem uma Cidade Criativa, e destacar cidades que utilizaram a criatividade como principal vetor de transformação e revitalização urbana.

Procedimentos Metodológicos

Com efeito, a operacionalização desta pesquisa foi realizada com base na pesquisa bibliográfica e é caracterizada como descritiva exploratória e busca identificar a criatividade como vetor de transformação urbana. De acordo com Gil (2010), as pesquisas descritivas possuem interesse na exposição das características de determinada população ou fenômeno ou, ainda, no estabelecimento de relações entre variáveis. Quanto à pesquisa exploratória, proporcionam maior familiaridade com um dado assunto, e são normalmente realizadas por meio de pesquisas bibliográficas.

Para uma revisão sistemática, utiliza-se o conceito de Sampaio e Manciniu (2007), faz-se necessário a busca em fonte de dados da literatura sobre o tema específico, de forma a proporcionar uma síntese dos documentos relacionados a uma estratégia de mediação específica, por meio de práticas explícitas e sistemáticas de busca, análise crítica e um apanhado de informação elegida. Desta forma, para o aprimoramento dos conceitos e busca de informações relevantes, o método adotado percorreu cinco fases:

- Eleição da base de dados para a busca;
- Seleção de palavras-chave para realização da busca por trabalhos publicados;
- Relação dos resultados encontrados;
- Seleção dos artigos a serem sintetizados;
- Síntese dos artigos relacionados.



No entanto, as bases de estudo utilizadas são fontes secundárias disponibilizadas em domínio público, como *Scopus* e *Scholar*, e através de tais palavras-chave: cidade criativa; criatividade urbana e regeneração urbana surgiram resultados que atrelaram as cidades de Barcelona, Lisboa e Florianópolis como modelos para a implantação de tais conceitos, e por fim, o conteúdo foi sintetizado com base em 26 artigos.

As categorias para o desenvolvimento desse conteúdo foram definidas em função da questão de pesquisa e do referencial teórico e, assim determinadas, buscam atender aos objetivos desse artigo. (Desta forma, os dados estão compreendidos da seguinte forma: i) contextualização do conceito cidade criativa; ii) a transformação urbana provida pela criatividade; iii) Barcelona: cidade referência em transformação urbana e produção criativa; iv) Lisboa: exemplo de espaços urbanos com qualidade, dinâmicas artísticas e culturais e, por fim, v) Grande Florianópolis: chancela de cidade criativa pela Rede de Cidades Criativas da UNESCO com foco no desenvolvimento da economia criativa local.

Resultados e discussões

Contextualização do Conceito Cidade Criativa

Conceito de contorno fluídos e histórico recente, o termo cidade criativa tem despertado atenção crescente em vários países de todos os continentes, ao longo da última década e, de forma mais pronunciada, a partir da segunda metade desta (REIS, 2011). Sendo assim, a noção de cidade criativa tem sido fortemente disseminada no mundo acadêmico, estando cada vez mais presente também nos discursos e nas esferas de atuação pública sobre os espaços urbanos, a várias escalas, desde as grandes instituições internacionais até aos governos locais (COSTA et al, 2007; COSTA et al., 2008).

Para definir uma cidade como criativa, Landry (2000) sugere alguns traços característicos:

- Valorização dos recursos culturais;
- Correlação entre recursos culturais e potencial de desenvolvimento econômico;
- Políticas públicas transdisciplinares;
- Maior participação cidadã;
- Existência de incentivos a criatividade;



- Infraestrutura criativa e estado mental favorável à criatividade que promove ideias, manifestações e busca de soluções criativas com toda a sociedade e com toda a economia.

Segundo a Organização das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (2010), é a aplicação da economia criativa às cidades que possibilita o surgimento da “Cidade Criativa”, cuja ferramenta essencial para dinâmica econômica e social é uma gama de atividades culturais que pendem a ser construídas sobre uma sólida infraestrutura social e cultural, a ter concentrações de emprego criativo relativamente alto e a ser atrativas ao investimento estrangeiro devido às suas facilidades culturais bem estabelecidas. Para Landry (2013), a criatividade é um recurso que tem amplas implicações e aplicações em todas as esferas da vida, e, ao perceber isso, muitas cidades passaram a se autodenominar cidades criativas. Entretanto, como o autor assinala, a capacidade criativa de um local é formada por sua história, cultura, configuração física e por suas condições operacionais globais, além de incluir soluções criativas para os problemas sociais e para a gestão. Em complemento, conforme Florida (2002) notou, os lugares urbanos mais atraentes para as classes criativas são aqueles que oferecem uma diversidade de experiências, uma variedade de atividades e possibilitam diferentes estilos de vida.

A transformação urbana provida pela criatividade

Atualmente é relativamente consensual, ao nível do planejamento do território, a necessidade de abordagens centradas em processos de transformação urbana, baseados em princípios de planejamento estratégico, mais flexíveis, integrados e transversais que, em complemento com os planos mais tradicionais, buscam respostas mais adequadas à crescente complexidade, incerteza e diversidade inerente aos processos de desenvolvimento no contexto urbano. A criatividade surge, neste sentido, como uma resposta reconhecida e determinante na geração de riqueza e emprego, incorporando mudanças tecnológicas, promovendo a inovação e o reforço da competitividade das cidades e regiões (CORREIA, 2017).

Diante deste contexto, as cidades criativas enquanto espaços urbanos que ensaiam abordagens centradas na cultura têm revelado, sobretudo na última década, uma eficácia impressionante na regeneração de cidades que aparentemente estariam condenadas ao esquecimento. O seu sucesso deve-se, em grande parte, à capacidade de provocar uma “efervescência cultural” fruto de uma articulação entre atividades artísticas, sociais, indústrias



culturais e governo que asseguram uma parte significativa da atividade empresarial enquanto valor econômico ligado a conteúdos culturais, contribuindo para aumentar a economia da cidade e a qualidade de vida dos cidadãos, através de dinâmicas propícias à criação sustentável de afetos pelos lugares (CORREIA, 2017).

A relação entre criatividade e promoção do desenvolvimento urbano, o reconhecimento do peso e da importância das atividades culturais e criativas na promoção econômica e no desenvolvimento territorial, ou a procura da competitividade pela via da captação da famigerada classe criativa têm sido algumas das variantes mais destacadas deste interesse, traduzidas em abordagens e perspectivas múltiplas sobre esta questão (COSTA ET AL, 2007; COSTA ET al., 2008). Portanto, a criatividade pode ser considerada fator chave para o desenvolvimento e a criação de valor nas economias atuais, transversal a todas as atividades e práticas sociais, tem um potencial que pode ser explorado a nível local, numa lógica de promoção da vitalidade e competitividade urbana, que pode ser muito interessante na dinamização sustentável das diversas dimensões do desenvolvimento urbano.

Pelo menos três grandes vertentes distintas podem ser destacadas na exploração desta relação entre criatividade e transformação urbana, conseqüentemente, como uma promoção ao desenvolvimento urbano: (i) a ideia da necessidade de criatividade nos “instrumentos” para o desenvolvimento urbano, ou seja, do surgimento de ferramentas e soluções criativas associadas aos novos contextos socioeconômicos e culturais; (ii) o foco nos setores criativos como sendo uma base estrutural de desenvolvimento, ou seja, a ideia de que as atividades culturais e criativas têm um papel fundamental nas economias atuais; e finalmente, (iii) a defesa da necessidade de atrair as competências criativas, ou seja, recursos humanos criativos (FLORIDA, 2000).

No âmbito internacional, destacam-se neste artigo duas cidades que oportunizaram dois grandes eventos como importantes catalisadores de renovação urbana e que os transformaram em fomentos criativos, os quais seriam a Expo'98 em Lisboa (Portugal), e os Jogos Olímpicos em Barcelona (Espanha), projetos infraestruturais e urbanísticos, que ambicionaram converter territórios marginais à cidade em novas centralidades multifuncionais e com elevados padrões de qualidade vida e ambiental. A Expo'98 de Lisboa encaixa neste contexto como apenas mais um exemplo de uma boa deixa “inventada” pela cidade para recuperar, para uso urbano, terrenos industriais e portuários, onde foi possível testar soluções urbanísticas originais e criar cenários excepcionais, ao abrigo da tripla operação de



reconversão, requalificação e revitalização espacial. No caso de Barcelona, o plano urbanístico concebido para receber os jogos afirma-se como o grande projeto de reconversão de uma parte importante da cidade, denominado 22@barcelona. Outro aspecto que frequentemente é apontado como o mais decisivo para o sucesso dos Jogos Olímpicos como evento, e, sobretudo, no respectivo impacto urbano que deixou de herança, foi o fato de terem sido assumidos por todos – desde os diferentes órgãos de poder à opinião pública – como os jogos da cidade para a cidade, tornando-se mesmo num modelo para outras cidades mundiais em termos de revitalização urbana (GATO, 2004).

No que se diz á respeito ao âmbito nacional, se dá ênfase a cidade Florianópolis (Santa Catarina), a qual introduziu uma nova eficiência no sentido do uso do Centro Leste Histórico da capital catarinense ao realizar articulações em prol de séries de ações contínuas e de fomento ao desenvolvimento tecnológico territorial voltado à promoção da economia criativa com foco em turismo, gastronomia, artes, design e tecnologia, setores com grande potencial na cidade, revertendo um cenário de degradação física e econômica (CENTRO SAPIENS, 2017).

Contudo, ambas as cidades mencionadas utilizaram da criatividade para se transformar em espaços vibrantes, em que se queira viver, estudar e trabalhar devido à oferta de espaços urbanos com qualidade, dinâmicas artísticas e culturais, aposta no desenvolvimento tecnológico e diversidade de negócios associados ao mundo cultural, tecnológico e urbano (FURTADO; ALVES, 2012).

Barcelona: referência em transformação urbana e produção criativa

A literatura da cidade criativa cita abundantemente o “Modelo de Barcelona” enquanto paradigma e por vezes receita da cidade criativa de sucesso. E os autores dividem-se entre aqueles que destacam a dimensão formal do planejamento urbano, o bom design e a qualidade dos espaços públicos da cidade; e aqueles outros que sublinham a capacidade impulsionadora de um evento único (os Jogos Olímpicos de 1992) enquanto instrumento estratégico de reabilitação urbana. O fato é que o que aconteceu em Barcelona nas últimas décadas foi a combinação de megaprojetos urbanos com dezenas de microintervensões urbanísticas de reabilitação dos espaços públicos (BALULA, 2011).

Esses projetos promoveram qualidade e vitalidade no ambiente urbano, como o projeto 22@, o qual, de acordo com Pique et al (2008), desde 2000, por meio deste, a Câmara



Municipal de Barcelona tem trabalhado para transformar Poblenou, um bairro com vocação produtiva, considerado o antigo distrito industrial têxtil de Barcelona em um novo distrito inovador que consiste em universidades, centros de pesquisa e indústrias de conhecimento, bem como instalações públicas e sociais. Logo, o projeto 22@Barcelona foi considerado uma oportunidade única para converter o que há mais de cem anos era o seu principal motor econômico, porém se encontrava em condições obsoletas, em um espaço urbano que envolve um novo modelo de conhecimento que incentiva a colaboração e sinergias entre a tríplice hélice (universidade, governo e empresas) com o objetivo de desenvolver a inovação e o empreendedorismo, juntamente com a implantação de uma boa qualidade de vida para os seus cidadãos. Assim, para Pique e Pareja-Eastaway (2013) as novas atividades econômicas englobam pesquisas, formação e transferência de tecnologia, habitação, equipamentos e comércio, em um ambiente de alta qualidade.

Essa estratégia obedeceu a um plano de dez anos, elaborado e levado a termo por um grupo variado de agentes públicos e privados, dos setores cultural e criativo. Nele, o desenho urbano foi apontado como prioritário indo além da arte pública (mais de mil esculturas ao ar livre foram distribuídas pela cidade desde então), abrangendo habitação, transportes, patrimônio e espaços públicos. Além disso, aspecto fundamental foi considerar a cidade (figura 1.), como um todo investindo na vocação criativa e na identidade de cada região (LONDON DEVELOPMENT AGENCY, 2006).



Figura 1. Cenários referências em Barcelona. Fonte: Airpano (2017).

Um dos mais renomados economistas da cultura no panorama mundial, Bonet (2009), lembra que há 20 anos poucos viam Barcelona como uma grande capital cultural, embora muitos dos aspectos valorizados na cidade de hoje já existissem na época. Assim, o que diferenciaria, segundo o autor, uma cidade criativa, no caso de Barcelona, seria um conjunto de fatores complementares, envolvendo: contínua capacidade de renovação de sua cultura e identidade; alta densidade de iniciativas culturais diversificadas; cosmopolitismo aliado à inclusão local; e valorização internacional, em especial da indústria cultural e de eventos internacionais.

Lisboa: exemplo de espaços urbanos com qualidade, dinâmicas artísticas e culturais

O conceito cidade criativa salienta a importância de apostar em políticas ligadas à criatividade e inovação urbana, visando à atração e a fixação de talentos, bem como a capacidade de desenvolver investigação e produtos tecnológicos, apoiando-se numa sociedade tolerante que valorize a diversidade sociocultural, todavia, a aplicação desta abordagem à realidade portuguesa só há poucos anos começou a ganhar importância. Os princípios da criatividade que começaram a emergir em Portugal serviram também de mote para o



desenvolvimento e revitalização de algumas áreas obsoletas das cidades (FURTADO; ALVES, 2012).

Investindo na importância da percepção e das expectativas como componentes do território enquanto produto, designadamente turístico, muitas capitais europeias apostaram no modelo do quarteirão cultural para a revitalização de bairros históricos e desindustrializados. As operações de regeneração urbana surgem relacionadas com a valorização do património e com a realização de eventos de carácter claramente turísticos integrados numa estratégia alargada de marketing urbano, como foi o caso da Expo 98' (SANTOS 2008).

A Exposição Mundial de 1998 ocorreu na zona oriental da cidade, junto ao rio Tejo, como foi divulgado, o momento foi para assinar o 500º aniversário da descoberta do Caminho Marítimo para a Índia, e através disso, pretendeu debater as perspectivas do futuro da humanidade, integrando aspectos éticos e tecnológicos. O resultado foi a revitalização do espaço promovendo a criação de pavilhões que até hoje são símbolos de Portugal, os quais seriam: Pavilhão dos Oceanos (Oceanário), Pavilhão de Portugal, Pavilhão do Conhecimento dos Mares, Pavilhão da Realidade Virtual, Pavilhão da Utopia, e por fim, Pavilhão do Futuro. A lógica de funcionamento cultural do evento promoveu modalidades variáveis de transposição e diluição das convenções e das fronteiras tradicionais dos mundos das artes e da cultura, proporcionando formas de excepcional diálogo e contaminação entre: (i) expressões, técnicas e linguagens referenciadas a repertórios culturais, artísticos e profissionais especializados; (ii) expressões culturais e fórmulas programáticas características das indústrias globalizadas de produção de conteúdos; (iii) conteúdos e tecnologias de lazer e entretenimento de massas; e (iv) estratégias e linguagens características do universo cultural e profissional da promoção, do marketing e da publicidade (FERREIRA, 2006).

Historicamente, após a Expo 98', coloca-se o enfoque na reabilitação do edificado, na qualificação e na valorização do espaço urbano, procurando-se rejuvenescer a cidade e posicionar Lisboa no ranking das capitais europeias mais cosmopolitas e atrativas para o investimento. Entre os novos princípios e valores de intervenção na cidade estão a reabilitação, a intervenção diferenciada, a integração, a democratização e o cosmopolitismo, para além da harmonia e da ocupação seletiva e prudente dos vazios urbanos. Define-se a missão de Lisboa como capital atlântica da Europa e a porta europeia do Mediterrâneo, segmentada em quatro eixos de desenvolvimento: “Lisboa, cidade de bairros”; “Lisboa, cidade de empreendedores”, “Lisboa, cidade de culturas”; “Lisboa, cidade de modernidade e



inovação”. É no eixo “cidade de culturas” que se associam dois fenômenos urbanos centrais, o turismo e a imigração, afirmando a cidade como “atrativa”, “cosmopolita”, “multicultural” e “contemporânea”, contudo, as imagens desejadas para a cidade seriam: Lisboa é viva, ativa, criativa e inovadora (SANTOS 2008).

A cidade de Lisboa é formada no seu contexto urbano por reconhecidos “bairros culturais”, pois, reúnem muitas das características das “vilas urbanas” e dos bairros ideais contextualizados pelos proponentes de um “novo urbanismo”, estes nomeadamente apresentam (BALULA, 2000):

- Uma dimensão suficientemente pequena para que a distância entre os diversos lugares seja facilmente percorrível a pé e para que as pessoas tenham a possibilidade de conhecer-se, mas suficientemente grande para permitir um leque alargado de atividades diversas, bem como um serviço de transportes públicos;
- Uma concentração de atividades cívicas, culturais, institucionais e comerciais, que proporciona uma diversidade de pontos de encontro, quer formais quer informais;
- Uma diversidade de usos, não só no bairro em geral, mas também em cada quarteirão;
- Uma malha densa de ruas interligadas, conformando quarteirões de dimensões relativamente pequenas que possibilitam múltiplas escolhas de percursos alternativos e encorajam o andar a pé;
- Uma combinação de edifícios de diferentes tipos e dimensões, incluindo um elevado número de edifícios de usos mistos;
- Uma concentração de edifícios “robustos”, isto é, com o potencial para se adaptar a diferentes usos, conforme as necessidades de diferentes épocas;
- Uma relação aproximadamente equilibrada entre quantidade de empregos e quantidade de unidades residenciais;
- Um elevado nível de atividade a diferentes horas do dia, bem como uma economia noturna que proporciona lugares de lazer, encontro e entretenimento.

Assim, é interessante perceber as dinâmicas dos espaços públicos em questão em termos da sua funcionalidade, acessibilidade e morfologia, bem como a percepção dos atores locais das relações entre esses fatores urbanísticos e a criatividade, vitalidade e competitividade (BALULA, 2011). Constata-se no âmbito da criatividade, a economia criativa como o setor de maior potencial de crescimento futuro na cidade de Lisboa, entendida aqui como um setor econômico determinante para a cidade, entrecruzando diferentes

realidades econômicas, socioculturais e tecnológicas, dinamizado por inúmeros atores em constante diálogo e transformação. A Câmara Municipal de Lisboa visa tornar cada vez mais visível a dinâmica da economia criativa e continuar a fomentar a interação entre as suas próprias atividades com instituições privadas e outras entidades públicas. A atenção mundial do “renascer” de Lisboa (figura 2) é graças alguns fatores, como: custo de vida baixo (em 2015, Lisboa caiu 51 posições no ranking das cidades mais caras do mundo e está cada vez mais atraente para expatriados); incentivo para startups e polos tecnológicos (uma iniciativa conjunta da prefeitura de Lisboa com empresas privadas lançou em 2013 o projeto Startup Lisboa, uma aceleradora de empresas jovens que oferece estrutura e aconselhamento para empresários na cidade) e cenários férteis para novos negócios; cena cultural efervescente (de apresentações de música tradicional portuguesa a shows internacionais, passando por exposições de arte e workshops, há festivais para todos os gostos e estilos, muitos de baixo custo ou gratuitos) e, finalmente, a cidade é tomada pela arte urbana (artistas criaram uma nova linguagem para a arte urbana da cidade nos últimos anos e atraíram outros grafiteiros para a cena lisboeta) (RIBOLDI, 2017).



Figura 2. Cenários referências em Lisboa. Fonte: Conexão Lusófona (2015).



Florianópolis: Chancela de Cidade Criativa pela Rede de Cidades Criativas da UNESCO com destaque para o desenvolvimento da economia criativa local

A Rede de Cidades Criativas (UCCN), criada em 2004, pela Organização das Nações Unidas (ONU), graças a uma de suas agências: a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), funciona como uma plataforma de conexão entre as cidades que buscam investir na criatividade e na cultura como motor de desenvolvimento urbano sustentável. Ao fazer parte dessa rede, as cidades têm a oportunidade de compartilhar experiências, elaborar projetos e parcerias, traçar medidas inovadoras nas esferas local e internacional (FERREIRA; OLIVEIRA, 2017).

Para participar da UCCN, a cidade deve ter uma população mínima de cem mil habitantes e se inserir em uma das áreas específicas: design, cinema, música, artesanato e arte popular; artes e mídia, gastronomia e literatura. Correspondendo as normas, a cidade ao receber a chancela deve seguir a declaração de missão: promover o desenvolvimento local por meio da cultura e criatividade; sediar festivais e eventos, nacionais ou internacionais; envolver nos projetos a iniciativa privada, pública e a sociedade; incentivar a indústria criativa e a economia criativa; capacitar os agentes criativos; oferecer espaços culturais; entre outros. E para a interação entre as cidades da rede é realizada uma reunião anual onde são discutidas diretrizes futuras a respeito da captação de recursos para a rede, sobre a estrutura organizacional e o dever de cada departamento, o compartilhamento dos planos estratégicos, avaliação dos atuais membros e a seleção de novos; enfim, é realizada uma análise de todo o programa (FERREIRA; OLIVEIRA, 2017).

Atualmente no Brasil, cinco cidades (Belém, Curitiba, Florianópolis, Salvador, Santos) integram a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, reconhecidas por suas peculiaridades culturais e tradições locais, e a cidade de Florianópolis é uma destas. Dentre os objetivos designados por Florianópolis, foi frisado a implementação de duas importantes ações inovadoras que levam à criação do Observatório da Gastronomia e do Laboratório de Inovação Cultural. O primeiro é projetado para coletar, analisar e disponibilizar informações e conhecimento do setor gastronômico, enquanto o segundo trabalhará em ações transversais combinando artesanato, design e gastronomia. Florianópolis também está envolvida na formulação e implementação de políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa local (UCCN, 2017).



Alinhado ao fomento da economia criativa na cidade, foi idealizado o Centro Sapiens, o qual surgiu em 2015, com expectativa de transformar a parte leste da área central da capital, que constituía um cenário degradado fisicamente e economicamente. Com isso, o principal objetivo do projeto é que essa região volte a ganhar vida e seja um polo de economia criativa. Adequado a isso, procura-se realizar novas formas de apropriação que por meio de um conjunto de ações incorporadas transformem os espaços físicos atribuindo-lhes conteúdos sociais, econômicos e culturais com cerne na criação de um ambiente propício ao empreendedorismo, à criatividade e à inovação (GASPAR ET AL, 2016).

Dentre as soluções inovadoras e criativas que estão em andamento e que condizem com ações que atribuem a criatividade como um dos fatores base, destaque-se algumas iniciativas no quadro 1.

Quadro 1 - Ações do Centro Sapiens com suas expectativas descrições. Fonte: Elaborado pelos autores.

Ação	Descrição
<i>Mapa Interativo</i>	Através de uma parceria com o SEBRAE e com a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), apresenta os negócios inovadores e estabelecimentos criativos localizados na porção leste do centro histórico de Florianópolis e disponibilizados na plataforma do Centro Sapiens.
<i>Viva a Cidade</i>	Feira que envolve atividades de artesanato, sebos, brechós, móveis usados, calçados, antiquários, bares e restaurantes, apresentações artísticas e culturais, além de outras apresentações que acontecem juntamente com as exposições.
<i>Cocreation Lab</i>	Espaço de trabalho colaborativo com foco na economia criativa. No caso, o ambiente oferece gratuitamente aos projetos instalados no local um programa que contempla um acompanhamento contínuo com mentoria, consultoria, palestras, oficinas, oportunidades de negócio e expectativas para que as ideias lá implantadas tenham futuro.
<i>Movimento Traços Urbanos</i>	O Movimento já realizou diversas intervenções na região na busca de compreender a realidade atual de Florianópolis. Assim, o Traços Urbanos com caráter multidisciplinar se preocupa e age em prol da cultura urbana da cidade, além de fomentar a economia criativa local. Entre suas execuções já concretizadas realçam-se eventos destinados para estudantes, idosos, crianças, turistas, frequentadores do centro de Florianópolis, entre outros, em proveito para estimular o interesse do cidadão pela cidade, protagonizando-o como um agente da mudança. Também apresenta mapeamento dos espaços públicos qualificados de Florianópolis.
<i>Cinematca</i>	Visa criar uma sala de cinema popular no centro histórico. As novas gestões da Fundação Catarinense de Cultura e Secretaria de Cultura de Florianópolis estão trabalhando em sinergia com uma sensibilidade ímpar a esta demanda.



<i>Rota da Inovação</i>	Está sendo desenvolvido para integrar ambientes de inovação para apresentar ao público de interesse o potencial de inovação da capital catarinense, para promover uma maior conexão entre as instituições já estabelecidas com potenciais parceiros e também inspirar novos empreendedores a atuar neste modelo de crescimento com base em inovação e tecnologia que está sendo consolidado em Florianópolis.
-------------------------	---

Sendo assim, após a implantação do Centro Sapiens, nota-se que Florianópolis vem emergindo como um polo de inovação pautado pela criatividade, partindo do pressuposto que devem ser criadas condições para que as pessoas pensem, planejem e ajam com imaginação para aproveitar oportunidades ou resolver problemas urbanos aparentemente intratáveis. Estes podem variar de respostas às questões dos desabrigados, à geração de riqueza ou à melhoria do ambiente visual por exemplo. Isso significa que cidade criativa é, portanto um conceito positivo (REIS, 2011).

A designação de Florianópolis como Cidade criativa da UNESCO é, contudo, um incentivo para a cidade promover o desenvolvimento sustentável através das indústrias culturais e assim contribuir para atrair investimentos e recursos humanos qualificados, devido aos seus equipamentos culturais consolidados (FERREIRA; OLIVEIRA, 2017).

Conclusão

Conclui-se que a criatividade atribui à capacidade de inovar, estimular talentos, gerar empregos e riqueza, além de, atrair prestígio internacional da cidade, criando espaços e processos de socialização que foram a base da coesão social (LONDON DEVELOPMENT AGENCY, 2006).

Tida como um dos símbolos máximos de cidade criativa, Barcelona utilizou o momento dos Jogos Olímpicos em 1992 e o financiamento europeu que lhe foi oferecido à época para reformular sua infraestrutura e sustentar o desenvolvimento de uma nova base econômica, ao mesmo tempo em que se mostrava ao mundo com uma nova imagem urbana, ancorada em um ambiente cultural e criativo (REIS, 2011). Já Lisboa, se destaca pela sua estrutura propícia para explorar o potencial cultural afluindo a criatividade da região, atualmente, sendo considerada a capital criativa da Europa.

No caso de Florianópolis, um marco importante foi o recebimento da chancela cidade criativa pela Rede de Cidades Criativas da UNESCO, o que é de grande impacto, pois, a conformação das cidades em uma rede, unidas pela criatividade, institui representações que as unificam e as diferenciam, simultaneamente. Em consonância, o Projeto Centro Sapiens vem



contribuindo para que a capital catarinense continue no avançando no setor criativo, promovendo soluções inovadoras e investindo no que a cidade já tem de valor.

Referências Bibliográficas

ABULQUERQUE, A. A. **Patrimônio em ação e Cidades Criativas. Discursos e Práticas na Cidade Contemporânea**. ACTAS ICONO14 – V Congresso Internacional Cidades Criativas | 25-27. Porto-Portugal | ASOCIACIÓN DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS, 2017.

AIRPANO. Cenários referências em Barcelona. Disponível em: <<http://www.airpano.com/Photogallery.php?gallery=11&photo>>, 2017.

BALULA, L. Um novo urbanismo para as áreas metropolitanas: tradição e a cidade do futuro. **Revista Urbanismo**, n. 4, 2000.

BALULA, L. **Planejamento urbano, espaço público e criatividade**. Estudos de caso: Lisboa, Barcelona, São Paulo. Cadernos MetrÓpole, 2011.

BONET, L. **O Papel do desenho urbano no processo de transformação das cidades**. Palestra proferida no Seminário Internacional Porto Alegre Cidade Criativa. Santander Cultural, Porto Alegre, 2009.

CENTRO SAPIENS (2017). Edital: Centro Sapiens. 2016. Disponível em: <<http://centrosapiens.com.br/wp-content/uploads/2016/02/Edital-Centro-Sapiens-Cocreation-Lab-2016.pdf>>. Acesso em: 02 de junho de 2017.

CORREIA, P. C. **Pode uma história de amor induzir um processo de regeneração urbana?** ACTAS ICONO14 – V Congresso Internacional Cidades Criativas | 25-27. Porto-Portugal | ASOCIACIÓN DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS, 2017.

CONEXÃO LUSÓFONA. Cenários referências em Lisboa. Disponível em: <<http://www.conexaolusofona.org/lisboa-e-eleita-a-capital-criativa-da-europa-conheca-os-motivos/>>, 2017.

COSTA, P.; VASCONCELOS, B.; SUGAHARA, G. O meio urbano e a gênese da criatividade nas atividades culturais. In: **Recriar e valorizar o território**. Actas do 13º congresso da APDR, Açores, 2007.

COSTA, P.; VASCONCELOS, B.; SUGAHARA, G. On 'creative cities' governance models: a comparative approach. **The Service Industries Journal**, p. 393 – 413, 2008.

FERREIRA, C. C. **A Expo'98 e os imaginários do Portugal contemporâneo: cultura, celebração e políticas de representação**, PhD Tese, 2006.

FERREIRA, V. M. S.; OLIVEIRA, A. M. V. DE. **A Rede de Cidades Criativas da UNESCO: Uma perspectiva das Cidades Brasileiras**. ACTAS ICONO14 – V Congresso



Internacional Cidades Criativas | 25-27. Porto-Portugal | ASOCIACIÓN DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS, 2017.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class, and how it is transforming work, leisure, community and everyday life.** Nova York: Basic Books, 2000.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life.** Nova York: Basic Books, 2002.

FURTADO, G.; ALVES, S. Cidades criativas em Portugal e o papel da arquitetura: Mais uma estratégia a concertar. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, p. 125-140, 2012.

GATO, A. Na ocasião dos eventos renovam-se cidades—casos de Barcelona e Lisboa. **GeoInova: Revista do Departamento de Geografia e Planeamento Regional**, 2004.

GASPAR, J. V; MENEGAZZO, C.; FIATES, E. F.; TEIXEIRA, C. S.; GOMES, L. S. R. A Revitalização de Espaços Urbanos: O Case do Centro Sapiens em Florianópolis. In: **CONFERÊNCIA ANPROTEC**, 26, 2016, Fortaleza. Anais... Fortaleza: ANPROTEC, 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KEA. The economy of culture in Europe, KEA European Affaires, Directorate-General for education and culture, Brussels, p. 355, 2006.

LANDRY, C. **The Creative City – a Toolkit for urban innovators.** Londres: Comedia/Earthcan, p. 288, 2000.

Landry, C. **Origens e Futuros da Cidade Criativa.** São Paulo: SESI-SP, 2013.

LONDON DEVELOPMENT AGENCY. **A Legacy for London – Annual Report and Accounts**, p. 164, 2006.

PIMENTEL, R. C., ZANUTTO, V. C. P, SILVA, M. C., CAMPOS, L.. **Cidade Habitável: Para as Pessoas e com as Pessoas**, 2017.

PIQUÉ ET AL. Barcelona22@: a knowledge city beyond science parks. Anais: **IASP World Conference on Science and Technology Parks**. 26., USA. p. 1-4., 2008.

PIQUÉ, J. M. PAREJA-EASTAWAY, M. Knowledge Cities on Smart Cities: transferring the 22@Barcelona model. Anais: **IASP World Conference on Science and Technology Parks**, 2013.

REIS, A. C. F. **Cidades Criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo.** PhD Thesis. Universidade de São Paulo, 2011.

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. **Estudos de Revisão Sistemática: Um guia para síntese criteriosa da evidência científica**, 2007.



SANTOS, S. **Imagens da Cidade Planeada**. A diversidade cultural e o pensamento estratégico urbano de Lisboa, 2008.

UN, Rapport sur l'économie créative: **Elargir les voies du développement local**, Nations Unis/PNUD/ UNESCO, Paris, 204 p, 2013.

UNCTAD (Organização das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento); PNUD (Unidade Especial para Cooperação Sul-Sul do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) (2010). **Relatório da economia criativa 2010 da ONU**, 2010.