

VIA

R E V I S T A

**Territórios
Criativos**

**Os Setores
da Economia
Criativa**

**Florianópolis
e a Economia
Criativa**

**Entrevista
Andy Pratt**

**Distritos Criativos
no Brasil**

**Turismo
potencializado
pelos distritos
criativos**

DISTRITOS CRIATIVOS



Saudações, caro leitor.

É com satisfação que chegamos à 14ª edição da VIA Revista, publicação institucional do grupo de pesquisa em Habitats de Inovação VIA Estação Conhecimento, da Universidade Federal de Santa Catarina! Nesta trajetória já abordamos os conceitos de Smart Cities; Parques Científicos, Tecnológicos e de Inovação; Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs); Incubadoras; Inovação no governo; Cidades Criativas; Pacto pela Inovação; Movimento Maker, Inovação na Educação, Centros de Inovação; Living Labs; o Programa Agroinovação SC e os Ecossistemas de Inovação. Agora, temos o prazer de apresentar a edição sobre os Distritos Criativos.

Nesta revista, o leitor terá acesso ao conteúdo sobre a conceituação dos territórios criativos, especialmente dos distritos criativos e como os setores da economia criativa impulsionam as estratégias de cada local. Na edição, são ainda encontrados cases nacionais e internacionais, como o Poblenu Urban District e Bronx Distrito Criativo, etc. Ainda são considerados os processos de revitalização e do turismo potencializado pelos distritos criativos, a identidade local, os recursos culturais, a diversidade, tolerância, inclusão social como peças chaves destes ambientes e a participação cidadã e o combate à gentrificação. São apresentados os cases operados pelo grupo VIA Estação Conhecimento e, para fechar a edição, uma super entrevista com o aclamado pesquisador Andy Pratt.

Desejamos uma ótima leitura!

Clarissa Stefani Teixeira,

Araci Hack Catapan

Professoras UFSC e líderes do Grupo de Pesquisa CNPq

expediente



Universidade Federal de Santa Catarina

Reitor: Prof. Irineu Manoel de Souza



**Departamento de Engenharia do
Conhecimento**

Chefe de depto: Prof. Rogério Cid Bastos

**Programa de Pós-Graduação em Engenharia
e Gestão do Conhecimento (EGC)**

Coordenador: Prof. Roberto Carlos dos S.
Pacheco



**Grupo de Pesquisa em
Habitats de Inovação e Empreendedorismo**

Corpo Docente: Araci Hack Catapan
Clarissa Stefani Teixeira
Hans Michael Van Bellen
Marcio Vieira de Souza

Via Revista

Organizadores: Danisson Luiz dos Santos Reis
e Anderson Ricardo Silvestro
Projeto Gráfico: Mariana Barardi

<http://via.ufsc.br/>

ISSN 2525-6890

foto da capa: Robbie R. / Unsplash

SUMÁRIO

07 Territórios Criativos



12 Distritos Criativos



16 Os Setores da Economia Criativa



20 Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável: Legado de Conhecimento e Experiência



25 Distritos Criativos: Bairro Alto e Maboneng



29 Distritos Criativos na Europa



39 Case: Poblenou Urban District



42 A cidade de Lisboa em uma abordagem criativa e social



47 Distritos Criativos ao redor do Globo



55 Case: Bronx Distrito Creativo

59 O papel dos intermediários criativos na África



63 Colômbia e as Áreas de Desarrollo Naranja



68 Distritos Criativos no Brasil



74 Livro: Apresentação dos Distritos Criativos no Mundo



77 Florianópolis e a Economia Criativa

87 Tarrafa Coletivo Criativo: um coworking de inspiração para a economia criativa



92 Revitalização do território promovida pelos distritos criativos



96 Turismo potencializado pelos distritos criativos

100 Identidade local e recursos culturais: peças chaves de um Distrito Criativo



106 Distrito criativo: diversidade, tolerância, inclusão social e o combate à gentrificação



110 Participação Cidadã como Dimensão dos Distritos Criativos



114 Distritos Criativos Powered by VIA Estação Conhecimento



118 Entrevista Andy Pratt





EM BUSCA DOS DISTRITOS CRIATIVOS

Territórios criativos

Territórios criativos são locais transformados em estética e utilidade, tornando o ambiente dinâmico e estimulante para a criatividade das pessoas que ali circulam, ao mesmo tempo em que despertam o interesse do cidadão, alavancando o desenvolvimento econômico e sustentável, e articulando negócios e pessoas na criação de um ecossistema criativo (VIA ESTAÇÃO CONHECIMENTO, 2021). Em suma, território criativo é uma forma abrangente para referenciar distritos, cidades ou até mesmo regiões.

Desde que John Howkins, com o livro *"The creative economy: How people make money from ideas"*, e Richard Florida, com *"The Rise of the Creative Class"*, sacudiram o globo apresentando a economia criativa como uma das forças motrizes da economia do conhecimento no início do século XXI, muitas pesquisas acadêmicas, iniciativas privadas e políticas públicas buscaram

entender como utilizar este potencial para desenvolver os territórios.

A economia criativa pode ser definida como um subconjunto das atividades e setores centrais à economia do conhecimento, tomando o conhecimento como matéria-prima e adicionando valor a esse conhecimento por meio da criatividade.

A Economia Criativa dentro da Economia do Conhecimento



Foto: FIRJAN, 2022

de técnica, estética e de negócios, na geração de produtos e serviços criativos (FIRJAN, 2022).

A economia criativa pode ser definida como um subconjunto das atividades e setores centrais à economia do conhecimento, tomando o conhecimento como matéria-prima e adicionando valor a esse conhecimento por meio da criatividade técnica, estética e de negócios, na geração de produtos e serviços criativos (FIRJAN, 2022).

Há muitas maneiras de clusterização da economia criativa, uma destas formas é utilizada pela UNESCO (2009) dividindo os setores criativos em:

- Audiovisual e mídia interativa: cinema, TV, rádio, streaming, podcasts, videogames;
- Artes performáticas: teatro, música, dança, festivais, festas e feiras;
- Patrimônio cultural e natural: eventos festivos, rituais e práticas sociais, tradições orais, artesanato tradicional, gastronomia;

- Literatura e Edição: livros, jornais, revistas, quadrinhos, bibliotecas e feiras literárias;
- Artesanato e artes visuais: artes plásticas, fotografia e artesanato;
- Design e serviços criativos: arquitetura, moda, design, publicidade e propaganda;
- Atividades transversais ao turismo: atividades turísticas, locais históricos, sítios arqueológicos, museus;

O mapeamento da indústria criativa brasileira revelou que a participação no PIB, em 2020, dos setores criativos chegou a 2,91%, valor estimado em 217,4 bilhões de reais (FIRJAN, 2022). Devido a este potencial, é necessário criar ambientes dinâmicos que estimulem a criatividade e também propiciem o crescimento e fortalecimento de empreendimentos criativos, surgindo assim os Territórios Criativos, podendo ser configurados em: distritos, cidades ou regiões criativas.

1 - Audiovisual e mídias interativas



Filme



TV e rádio



Streaming



Podcast



Videogame

2 - Artes performáticas



Teatro



Música



Dança



Festivais



Festas e Feiras

3 - Patrimônio cultural e natural



Eventos festivos



Rituais e práticas sociais



Tradições orais



Artesanato tradicional



Gastronomia

4 - Literatura e edição



Livros



Jornais



Revistas



Quadrinhos



Bibliotecas e feiras literárias

5 - Artesanato e artes visuais



Artes plásticas



Fotografia



Artesanato

6 - Design e serviços criativos



Arquitetura



Moda



Design



Publicidade e propaganda

7 - Atividades transversais ao turismo



Atividades turísticas



Locais históricos



Sítios arqueológicos



Museus

Distritos criativos

Os distritos criativos agem com vistas ao desenvolvimento da economia criativa em um dado território a partir da cultura existente no espaço urbano e dos talentos criativos que devem ser valorizados juntamente com a história local, podendo estar localizado em um conjunto de ruas, um bairro ou até mesmo alguns bairros. Em casos notórios, eram outrora espaços degradados e subutilizados que a partir da classe criativa e do reconhecimento da economia criativa como for-

ça motriz, passam a ser locais vibrantes, ressignificados e com potenciais únicos de experiências criativas (SOUZA; TEIXEIRA, 2022).

Os distritos criativos agregam dois elementos fundamentais: o reconhecimento da criatividade como propulsora para “fazer as coisas acontecerem” e a introdução de um dispositivo relacional que conecta as partes interessadas no território e fora dele a uma série de ações que, juntas, produzem efeitos benéficos para os moradores, trabalhadores e transeuntes que passam pelo local (SOUZA; TEIXEIRA, 2022).

Bangkok Creative District



Foto: The Jam Factory

Cidades criativas

As cidades criativas, que já foram tema principal da **Revista VIA em sua 6ª edição**, são aquelas assentadas fortemente no potencial da economia criativa, utilizando esta perspectiva para atrair e reter talentos criativos, desenvolver ambientes que fomentem a criatividade, além do fomento a políticas públicas ligadas a este cenário (DEPINÉ et. al., 2018).



Referências:

A cidade criativa objetiva melhorar a qualidade de vida dos cidadãos, por meio da criatividade, da cultura e da geração de ideias. Nestas cidades, há tanto uma miscelânea entre a memória histórica e o moderno, como entre os criativos(as), empreendedores, residentes, transeuntes e futuristas (SOUZA; TEIXEIRA, 2022). ●

DEPINÉ, A.; MEDEIROS, D. O.; BONETTI, G.; VANZIN, T.; Cidades Criativas e o Componente Cultural no Desenvolvimento Urbano. In: Habitats de Inovação: conceito e prática. DEPINÉ, A.; TEIXEIRA, C. S. (Orgs). São Paulo: Perse, 2018. p. 67-86.

FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. 2022. Disponível em <<https://www.firjan.com.br/economicriativa/pages/Default.aspx>>.

FLORIDA, R. (2011). A ascensão da classe criativa. Porto Alegre: L&PM, 2011

HOWKING, J. Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativa. Tradução de A. Griesi. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

SOUZA, R. K.; TEIXEIRA, C.S. Habitats de inovação: alinhamento conceitual. São Paulo: Perse, V. 2, 2022.

UNESCO. Framework for Cultural Statistics. Paris: UNESCO, 2009. Disponível em <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unescframework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf>.

VIA ESTAÇÃO CONHECIMENTO. Documento interno sobre Distritos Criativos. 2021

Paraty/RJ, Cidade Criativa UNESCO



Foto: Gilberto Olimpio / Unsplash



EM BUSCA DOS DISTRITOS CRIATIVOS

Distritos Criativos

Os habitats de inovação podem ser conceituados com espaços de conexão que promovem a sinergia e o uso eficiente de ativos disponíveis com resultados focados na inovação, no empreendedorismo e no conhecimento (SOUZA; TEIXEIRA, 2022; TEIXEIRA, 2018).

Muitas vezes estes espaços são considerados instrumentos de políticas públicas para o desenvolvimento territorial, já outros são vistos como locais de atração e retenção de talentos, e investimentos (TEIXEIRA, 2018).

Os habitats são locus de compartilhamento de informações e conhecimento, formação de networking, integração do ecossistema e de união de talento, tecnologia, capital e conhecimento para alavancar o potencial empreendedor, criati-



Por Clarissa Teixeira



Por Danisson Reis

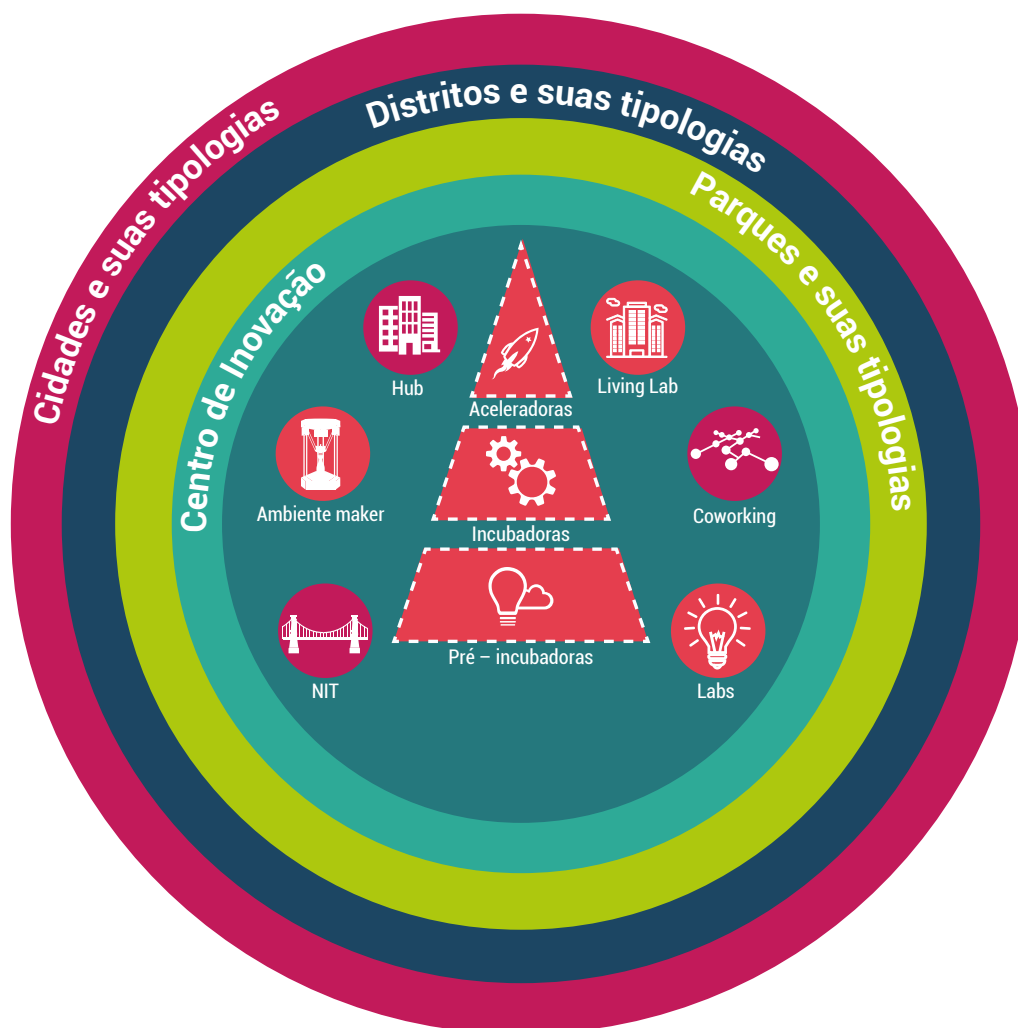
vo e inovador (TEIXEIRA, 2018; SOUZA; TEIXEIRA, 2022). Devido a isto, os habitats surgiram para poder suportar necessidades diversas, como pode ser visualizado na figura 1.

Entre os habitats de inovação há aqueles que atuam em ambientes urbanos, configurando-se como elementos propulsores do território, desenvolvendo ações impulsionadas pela inovação na busca do dinamismo empreendedor e da potencialização dos espaços para sua atratividade

e melhoria da qualidade de vida dos cidadãos nas cidades. Neste contexto, destaca-se os distritos, que podem, a depender do seu foco, apresentar diversas nomenclaturas como observado na figura 02.

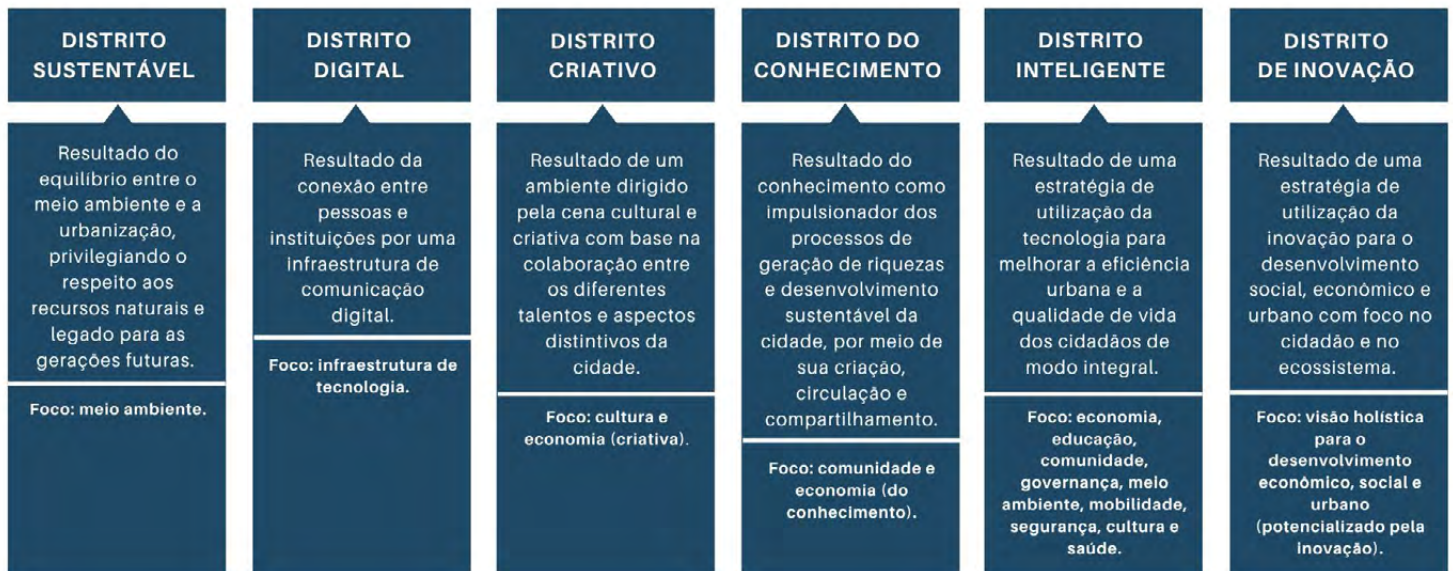
Nesta edição da VIA Revista, destacam-se os distritos criativos. Testoni e Teixeira (2020) mencionam que os mesmos são espaços vibrantes, onde a criatividade e a transferência de conhecimento são os combustíveis que impulsionam

Figura 1: Tipologias de Habitats de Inovação



Fote: Via Estação Conhecimento

Figura 2: Distritos e suas nomenclaturas



Fonte: Via Estação Conhecimento

a inovação e o empreendedorismo no território. Como consequência, há um processo de desenvolvimento de ideais e práticas acelerado; uma intensificação da atividade cultural; um geração de serviços criativos, de lazer, de entretenimento e de estudos; e a criação de um local diverso, tolerante e inspirador.

Em resumo, os distritos criativos são capazes de promover o desenvolvimento de territórios a partir de um motor movido a criatividade, cultura, inovação, colaboração e empreendedorismo por meio da conexão entre empreendedores, empreendimentos criativos, e a história local, possibilitando o surgimento de produtos e serviços singulares, tornando o espaço melhor para aqueles que residem, trabalham ou passeiam neles.

Lembrando que o distrito criativo, como se trata de um distrito criativo, pode ocupar uma rua, um conjunto de ruas, um bairro ou um conjunto de bairros (EMMENDOERFER, 2015). O importante

é que este território consiga vibrar em uníssono, com uma identidade cultural local afirmada, oferecendo um território fértil para o desenvolvimento local e para todos que desfrutam destes espaços.

Há diversos relatos exitosos que podem ser mencionados, como o Distrito C em Porto Alegre/RS, o Kingston Creative na capital da Jamaica, o Manboneng em Johannesburgo na África do Sul, o Poblenou em Barcelona na Espanha ou o Bangkok Creative district na capital tailandesa. Todos estes documentados e relatados por Teixeira, Piqué e Ferreira (2022), no livro **“Volta ao Mundo por Meio dos Distritos Criativos”**.

Nas próximas páginas desta revista, será possível conhecer um pouco mais sobre esta tipologia, sua correlação com a economia do conhecimento e com outros habitats de inovação, os pilares principais de um distrito criativo, cases de sucesso e muito mais. ●



Referências:

EMMENDOERFER, Magnus L. Centros históricos como territórios criativos em cidades luso-brasileiras: critérios para denominação, análise e inovação como subsídios para políticas públicas. Relatório de estágio pós-doutoral apresentado a Escola de Economia e Gestão (EGG) da Universidade do Minho, 2015. 294f.

SOUZA, R. K.; TEIXEIRA, C. S. Habitats de inovação: Alinhamento conceitual. São Paulo: Perse, v. 2, 2022.

TEIXEIRA, C. S. . Habitats de inovação e a necessidade de alinhamento conceitual para fortalecimento do ecossistema. In: Teixeira C. S. & Depiné, A. (Orgs.) Habitats de inovação: conceito e prática, Perse, São Paulo, 1, pp. 10-12, 2018.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse. 243p, 2022.

TESTONI, B.; TEIXEIRA, C. S. Distritos Criativos: Bairro Alto e Maboneng. In: Habitats de Inovação: conceito e prática. v. 3. DEPINÉ, A.; TEIXEIRA, C. S. (Orgs). São Paulo: Perse, 2018. p. 130-150.

Distrito Criativo Centro Gare





Foto: Yran Ding / Unsplash

ECONOMIA CRIATIVA

Os Setores da Economia Criativa



Por Anderson Ricardo Silvestro

A economia criativa gera impactos econômicos e sociais, por meio dos seus bens e serviços ligados a todos os setores e processos da indústria criativa, portanto, funcionando como estímulo na criação de valores tangíveis e intangíveis nas mais diversas formas de organizações e setores.

Nesse sentido, os seus setores da indústria criativa reforçam uma representatividade econômica e financeira, principalmente as micros e pequenas empresas, atuando diretamente no fornecimento ou na distribuição de produtos e serviços, dedicando um canal de inclusão e de forte atuação em setores diferenciados.

O reconhecimento deste importante papel, impulsiona a economia criativa como fonte de de-


envolvimento ligada a sua capacidade de inserção socioeconômica, principalmente nos países onde os obstáculos de entrada destes setores tendem a ser mais baixos, os investimentos e tarifas são menos onerosos, bem como, existem políticas de incentivos que impulsionam a criação de novas atividades econômicas ligadas à indústria criativa, promovendo assim, o crescimento econômico e a redução da pobreza daquele país. 



Foto: Manuel Nagel / Unsplash

Setores Criativos segundo Mapeamento da FIRJAN

Áreas Criativas	Segmento	Descrição	Setores
Consumo	Publicidade & Marketing	Compreende a presença de criativos(as) e empresas ligadas direta ou indiretamente aos serviços de publicidade, propaganda, marketing digital ou não.	Comunicação Pesquisa de mercado Eventos
	Arquitetura	Compreende a presença de criativos(as) e empresas ligadas direta ou indiretamente aos serviços de arquitetura, construção civil, decoração, paisagismo e reparos domésticos.	Interiores Construção civil Esculturas Decorações Jardinagem Desenhos técnicos
	Design	Compreende a presença de criativos(as) e empresas ligadas direta ou indiretamente aos serviços de design de produtos ou de serviços.	Design de produtos Design de ambientes Design de serviços
	Moda	Compreende a presença de criativos(as) e empresas ligadas direta ou indiretamente aos serviços de confecção, facção, produção de bijuterias, tecidos e aviamentos, e desenvolvimento de produtos e comércio destes.	Vestuário Joias e semijoias Bijuterias
Cultura	Expressões Culturais	Compreende os setores que usam da cultura, local ou não, dos saberes populares, e do saber fazer dos artistas para produzir produtos culturais únicos.	Gastronomia Festas populares e folclore Artesanato
	Patrimônio e Artes	Compreende os bens (i)materiais, ou naturais que possuem importância na história de determinada sociedade ou localidade.	Museus Galerias Patrimônios históricos Patrimônios arqueológicos Artes plásticas Artes visuais
	Música	Compreende a presença de criativos(as) e empresas ligadas direta ou indiretamente à produção, à comercialização e à divulgação de produtos musicais, incluindo shows e espetáculos.	Evento Show e festivais Artistas da música em geral Produção
	Artes Cênicas	Compreende as formas de arte que são desenvolvidas em um local de apresentação para um público, criando narrativas ou apresentando conteúdos a partir das falas, dos corpos e das representações dos envolvidos.	Teatro Stand Up Dança Opera Circo Shows e espetáculos Artistas musicais Trilha sonora

Mídias	Editorial	Compreende a produção de revistas e livros (autorais ou licenciados) em meios físicos e/ou eletrônicos.	Literatura (livros) Quadrinhos (de gibis a graphic novels) Revistas Novas mídias Imprensa
	Audiovisual	Compreende a presença de criativos(as) e empresas ligadas direta ou indiretamente à produção de filmes, séries, videocliques, curta metragens, programas de rádio ou TV, podcasts e vídeos para internet independente da plataforma. Também compreende a presença de estúdios, bem como atração de gravações para o território.	Rádio TV Cinema Games Streamings Novas mídias
Tecnologia	P & D	Compreende as atividades que envolvem trabalhos criativos com a finalidade de aumentar os conhecimentos, na busca por novos produtos e processos, possibilitando assim com que as empresas possam se ajustar frente ao mercado.	Pesquisa Engenharia
	TIC	Compreende um conjunto de recursos tecnológicos integrados, que proporciona por meio de funções de hardware, software e telecomunicações, a automação e a comunicação de processos.	Engenharia Tecnologia da informação Programadores Desenvolvedores
	Biotecnologia	Compreende as pesquisas que têm como base a manipulação de organismos vivos por meio da tecnologia.	Humana Animal Vegetal Ambiental Industrial

Fonte: adaptado de FIRJAN (2022)

Referências:

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE RIO DE JANEIRO (FIRJAN). Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. 2022. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economicriativa/pages/Default.aspx>. Acesso em 08 de Ago. de 2022.



Foto: www.via.ufsc.br

REPORTAGEM ESPECIAL

Encontro internacional de territórios criativos para o desenvolvimento sustentável: Legado de conhecimento e experiência



Por Fabiane Frois B Weiler

O I Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável ocorreu num período de superação no campo da cultura.

O I Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável ocorreu num período de superação no campo da cultura. Neste contexto, o evento foi formulado e organizado no formato de webconferência, através do grupo VIA Estação Conhecimento do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC em conjunto com a UrbsNova Inovação Social. O evento contou com 20 representantes de nove países, alcançando um total de mil inscritos entre os dias 18 e 19 de novembro de 2021, com cerca de 2300 visualizações no YouTube². Os coordenadores, Clarissa Teixeira, Jorge Piqué e demais organizadores estruturaram o evento em um tripé. Por um lado, pesquisadores brasileiros e estrangeiros, por outro, gestores de distritos criativos, privados ou públicos, refletindo desta forma a dupla organização do evento, que reúne uma universidade, a UFSC, e uma gestora de um distrito específico, a UrbsNova. Além dessa base foram convidados também instituições governamentais que propõem e executam políticas públicas para territórios criativos.

1 Link do evento em 17/11/21 disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=glwtlvpolJ8&t=35522s>.

2 Link do evento 18/11/21 disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=glwtlvpolJ8&t=35522s>.

A partir das diversas perspectivas apresentadas no evento, anotam-se na sequência os principais legados de conhecimento e experiências, os quais inclusive podem inspirar uma agenda programática para um próximo encontro.

1 Maturidade e progresso

A palestra de abertura de **Edna dos Santos Duisenberg** foi orientada para a taxonomia, evolução e política pública. A palestra teve a pauta de explicar as origens do conceito Economia Criativa, como parte da Agenda Global, originadas por um conjunto de mudanças no campo da comunicação e tecnologias da informação e a necessidade de estabelecer padrões na compreensão do tema. Nestes últimos 18 anos, com base nas falas de **Cristiano Marx, Edna Duisenberg, João Luiz de Figueiredo e Andy Pratt** foi possível compreender que o impulsionamento das pesquisas e estudos no campo da economia criativa vinculam-se à construção de taxonomia, levantamento de dados, elaboração de indicadores e repercussões na ótica do desenvolvimento.





2 Iniciativas territoriais

Os distritos criativos representam uma proposição da comunidade local que se identifica com empreendedores, artistas e outros sujeitos da economia criativa. No evento, **Jorge Piqué**, um dos pioneiros no Brasil na proposição de distrito criativo no território urbano com o Distrito C, localizado em Porto Alegre/RS, expôs sua trajetória metodológica que origina-se com a própria qualidade existente no território.

Kate Pitman expôs sobre o Distrito VIBE, na cidade de Virginia Beach (Virginia/EUA), um distrito voltado para a arte, que faz uso da legislação federal de apoio a distritos de artes e apontou o quanto o esforço conjunto pode compor os interesses de uma coletividade que têm recebido benefícios econômicos e sociais, inclusive com projetos de transformação da infraestrutura urbana.

Margarita Díaz apresentou o BRONX Distrito Criativo, que representa uma iniciativa do ecossistema da cultura e economia criativa em Bogotá, um território que tem na sua origem memórias de desigualdades e violências que através da arte, cultura e economia criativa elaborou uma proposição de recuperação da infra-estrutura e da coesão da comunidade local através de iniciativas tanto municipais como federais e do sistema de conhecimento.

3 Economia local e inclusão

A proposição territorial que emprega a cultura e a criatividade como elemento de recorte territorial, como exemplo, o distrito criativo demonstra





efetividade na ampliação do desenvolvimento local. Esta compreensão está exposta nas web-conferências de: [Roberta Comunian](#) com apresentação da pesquisa “Desenvolvimento Sustentável e Economia Criativa na África: o papel dos intermediários criativos”. Nos seus argumentos mostrou que a economia criativa tem um impacto social multiplicador mais amplo em relação aos impactos econômicos; [Greg Richards](#) apresentou o papel da Economia Criativa na formação do seu conceito de Turismo Criativo. Este conceito trata de iniciativas diferentes do Turismo Cultural, já que não se apresenta como mera observação passiva de bens culturais, mas a participação ativa e o envolvimento colaborativo do turista em eventos produtores de cultura em parceria com agentes locais.

4 Política pública

O território é único, para tal, a formulação de política pública na esfera da economia criativa necessita de uma compreensão específica das

necessidades locais. Uma referência importante foi de [Adriana Padilla Leal](#) que apresentou as áreas da economia “laranja” na Colômbia³, ou ADNs, e as estratégias de estímulo à economia criativa. Neste caso, é possível ver que as políticas públicas alcançam o nível nacional, pois há um amplo campo de ações na ótica da educação, turismo, território, força de trabalho e sistemas produtivos que precisam de conexões e aprendizado para ampliar o alcance de políticas públicas voltadas para a cultura e economia criativa.

5 Percursos da economia criativa no território

Os êxitos da economia criativa originam-se nas conexões e redes estabelecidas que podem ser identificadas através da produção, distribuição, consumo de bens e atividades culturais e criativas e nas respectivas territorialidades estabelecidas. Através da cultura, o território urbano é transformado com o resgate da memória do lugar, colaboração e reciprocidade dos diferentes agentes inseridos no processo por meio da ativação, motivação e intervenção cultural e criativa como estratégia da comunidade para formar alianças estratégicas. Josép Pique com o case de Barcelona, Angélica Arias e as ações de planejamento urbano nos centros históricos da cidade de Quito/Equador e Susi Silva com o case de Lisboa e os estímulos do ecossistema empreendedor da economia criativa apresentaram evidências efetivas na consolidação de estratégias territoriais.

³ Nos países hispano-falantes existe uma tradição de chamar a Economia Criativa por Economía Naranja.

6 Processos educativos

A educação para a cultura é fundamental, especialmente, porque permite a ampliação da identidade local e a percepção de sentidos tanto no espaço urbano e rural através da cultura e criatividade, conforme expressa Pedro Alves. É imperdível como Pedro Alves e Miguel Forlin inserem o cinema como um recurso no processo educativo para o fortalecimento da cultura e identidade.


7 Território como laboratório de experiência

Em geral, o território urbano tem sido o cerne das territorialidades da economia criativa. Especialmente, em função do êxito na formulação das políticas urbanas incorporarem a cultura na pauta do planejamento e nos projetos de desenvolvimento local.

8 Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável

O **legado do evento** reflete-se na sua **magnitude e contribuição de todos os participantes**, que evidenciaram nas suas pesquisas, experiências, práticas, formulação de políticas, trajetórias que promoveram e direcionaram alternativas de aprendizado coletivo para o progresso e o desenvolvimento sustentável.

Também registra-se um apanhado de produções, dentre quais: o livro do evento com os trabalhos aprovados denominado “I Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável”, o livro Volta ao

Mundo por meio dos Distritos Criativos, duas entrevistas dadas por Jorge Piqué: uma delas foi a entrevista de Greg Richards sobre a relação turismo criativo e distrito criativo, a segunda foi a apresentação da então Vice-Ministra de Economia Criativa da Colômbia, Adriana Padilha Leal. As produções foram publicadas em 2022 e lançam um acervo de conhecimento e experiências que contribuem para a elaboração de pesquisas, ações e iniciativas que promovam o desenvolvimento. 

Referências:

FERREIRA, J, & WEILER, FFB. Confira como foi o I Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável. Blog Via-Estação Conhecimento, 2021. Disponível em: <https://via.ufsc.br/confira-como-foi-o-i-encontro-internacional-de-territorios-criativos-para-o-desenvolvimento-sustentavel/>

PIQUÉ, J. RICHARDS, G. Creative Districts and Creative Tourism. Diálogos com a Economia Criativa. 2022.

PIQUÉ, J. PADILLA, A. La Política Pública para Territorios Creativos en Colombia. Brazilian Creative Industries Journal. 2022. Disponível em:

<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/article/view/3076/3112>

TEIXEIRA, CS; PIQUÉ, J. Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável. Web conferência. 17 e 18 novembro 2021. Org. Via-Estação Conhecimento-PGEGC/UFSC e UrbsNova. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gIwtlvpolJ8&t=35522s>

TEIXEIRA, CS; PIQUÉ, J. Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável. Web conferência. (17 e 18 novembro 2021).Org. Via-Estação Conhecimento-PGEGC/UFSC e UrbsNova. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IZihSnkCq64&t=1576s>



CASES DE DISTRITOS CRIATIVOS

Distritos Criativos: Bairro Alto e Maboneng



Por Anderson Ricardo Silvestro

Artigo adaptado de:

TESTONI, B.; TEIXEIRA, C. S. Distritos Criativos: Bairro Alto e Maboneng. In: Habitats de inovação: conceito e prática / Ágatha Depiné; Clarissa Stefani Teixeira (Orgs.) – São Paulo: Perse, 220p. v.3: il. 2020. Disponível em: <https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2020/07/HABITATS-DE-INOVACAO-conceito-e-pratica-VOL3.pdf>.

Dentre os habitats de inovação, tem-se os distritos criativos que são perímetros urbanos onde a criatividade é a mola propulsora da inovação, desencadeando impactos para o social e o econômico (TEIXEIRA; ALMEIDA; FERREIRA, 2016; GASPAR; GOMEZ; TEIXEIRA, 2017).

Os distritos criativos possuem uma intensa atividade cultural e com grande concentração de pessoas que trabalham com economia criativa,

ou que utilizam dela para lazer, entretenimento e estudo, sendo locais diversificados, tolerantes e inspiradores (GOLDBERG-MILLER; HEIMLICH, 2017).

Em análise a algumas características de distritos criativos, é possível destacar os casos do Bairro Alto e Maboneng: o Bairro Alto, considerado o centro histórico de Lisboa, em Portugal, possui mais de 500 anos de história, as quais resultaram diversas transformações urbanísticas promovidas pelas interações públicas de planejamento, até a chancela como bairro mais boêmio da cidade; diferentemente, o distrito criativo Maboneng, com sua economia criativa localizada em Joanesburgo, na África do Sul, surge exclusivamente pela iniciativa privada em meio a reestruturação de espaços industriais subutilizados, transformando em um centro de negócios fruto da modernização dessas propriedades.

A criatividade presente nesses distritos é resultado da diversidade entre os atores e das atividades que habitam o território. Gregory (2016) realizou um estudo por meio de entrevistas com

desenvolvedores e donos de estabelecimentos de Maboneng que evidenciou uma forte rede entre os artistas e empreendedores locais, a qual “enriquece o senso de uma comunidade criativa” (GREGORY, 2016, p. 166). Além disso, o ambiente fornece um espaço para a realização de expressões culturais, artísticas e interações entre a comunidade baseadas na liberdade, o que é relevante num cenário de pós apartheid da cidade (NEVIN, 2014).

O distrito do Bairro Alto apresenta uma vasta diversidade, com pessoas de todos os tipos se reunindo nesse território para compartilhar tempo, espaço e experiências por meio da convivência orgânica nos espaços públicos e facilidades que o bairro oferece (NOFRE et al., 2017). “A diversidade e complexidade destes sistemas territoriais são comumente reconhecidos como a base para sua resiliência, e para a capacidade de desenvol-

Bairro Maboneng



Foto: <https://curiocity.africa.blog/travel/cun-city-captures-maboneng-precinct/>

ver” (COSTA; LOPES, 2017, p.325).

O uso misto ligado com habitação, comércio e lazer é outro ponto em comum presente nos dois distritos. Maboneng possui empreendimentos com diversas funções, que por meio disso, construiu um dinamismo de atividades, tornando-se um hub de design, empreendedorismo, cultura e expressões criativas (ROGERSON; ROGERSON, 2014; GREGORY, 2016). Esses empreendimentos são frutos do movimento de ocupação e regeneração destes prédios abandonados para atribuir um novo valor ao bairro, propiciando moradia e trabalho para a população local (WALSH, 2013), bem como, o sentimento de comunidade que é criado, quando se tem um ambiente criativo, possibilitando a realização cotidianas de reuniões, ou mesmo ir em um restaurante de qualidade ou mesmo poder fazer compras em um perímetro pequeno (NEVIN, 2014).

A regeneração histórica presente no Bairro Alto alavancou uma crescente atividade econômica na vida noturna com viés criativo. Esse movimento junto a vasta opções de restaurantes e bares nas praças e nos espaços públicos de convivência, atraiu um grande número de artistas, turistas, estudantes, profissionais de diversas áreas da economia criativa, para transitarem por essa atmosfera boêmia irreproduzível em outro local (XAVIER; DE ALMEIDA, 2017; NOFRE et al., 2017).

Essa dinâmica vivenciada no bairro e as constantes redescobertas de potenciais ambientes, contribuíram para que as pessoas aproveitassem o melhor dos espaços, seja no frequentar bares, visitar museus e galerias, ou mesmo conviver ao ar livre, prolongando a vida criativa na região.

Já em Maboneng, a inserção da indústria criativa e a presença artística, é um destaque na região. Amparar os artistas em espaços físicos e sociais garante o afloramento da criatividade.

Outro ponto importante é a conexão com empresas que forneçam serviços criativos ou que dê suporte para a construção do mesmo, como especialistas em mídias digitais, fotógrafos e publicitários, são fundamentais no impulsionamento para regenerações físicas e econômicas nas áreas afetadas (WALSH, 2013; GREGORY, 2016).

Além disso, é de se esperar que as mudanças tragam a revitalização dos imóveis e espaços públicos, bem como o fortalecimento de novas atividades econômicas e especulação de moradia, visto a chegada de características alternativas para a região (NOFRE et al., 2017; CALVO; NOFRE; GERALDES, 2016).

Em Maboneng, os indícios de gentrificação estão associados exclusivamente pela ocupação provida da iniciativa privada, junto aos depósitos e galpões industriais para o fomento da indústria criativa, bem como, o fortalecimento da segurança e infraestrutura em ruas, calçadas e edifícios (GERSON; ROGERSON, 2014; WALSH, 2013).

Apesar do processo de gentrificação, também se desencadeou aspectos positivos como: o aumento da empregabilidade, advinda do aumento das atividades econômicas no local; mais espaços acessíveis para moradia e trabalho; e a existência de eventos comunitários abertos que vão ao encontro com características deste processo.

Contudo, apesar das diferenças de atores que impulsionam o Bairro Alto e Maboneng, ambos possuem a presença de atividades culturais e fomentam a economia criativa em seus espaços públicos, por meio do uso misto dos espaços, garantindo a ampliação de moradia, comércio e lazer, demonstrando como a criatividade está presente e empregada no dia a dia dos dois distritos, mesmo com diferentes atores e interesses acerca dos ambientes. ●



Referências:

COSTA, P.; LOPES, R. Artistic urban interventions, informality and public sphere: Research insights from three ephemeral urban appropriations on a cultural district. *Portuguese Journal of Social Science*, v. 16, n. 3, p. 323-342, 2017.

GASPAR, J.; GOMEZ, L.; TEIXEIRA, C.O Case Centro Sapiens: análise e contextualização da iniciativa de revitalização urbana da capital catarinense. In: CONGRESSO INTERNACIONAL: PESQUISA & DESENVOLVIMENTO, 1. 2017, Anais... FIESC: Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2017/11/O-Case-Centro-Sapiens.pdf>. Acesso em: 25 de jul. 2022.

GOLDBERG-MILLER, S. B. D.; HEIMLICH, J. E. Creatives' expectations: The role of supercreatives in cultural district development. *Cities*, v. 62, p. 120-130, 2017.

GREGORY, J. J. Creative industries and urban regeneration—The Maboneng precinct, Johannesburg. *Local Economy*, v. 31, n. 1-2, p. 158-171, 2016.

NEVIN, A. Instant mutuality: the development of Maboneng in inner-city Johannesburg. *Anthropology Southern Africa*, v. 37, n. 3-4, p. 187-201, 2014.

NOFRE, J.; CALVO, D. M.; CASSAN, A.; WODZINSKA, S. D. Club Carib: a geo-ethnography of seduction in a Lisbon dancing bar. *Social & Cultural Geography*, v. 18, n. 8, p. 1175-1195, 2017.

NOFRE, J.; FUARROS, Í. J.; MARTINS, J. C.; FERREIRA, P.; SOARES, I.; MALET-CALVO, D.; GERALDES, M.; DÍAZ, A. L. Exploring nightlife and urban change in Bairro Alto, Lisbon. *City & Community*, v. 16, n. 3, p. 330-344, 2017.

ROGERSON, C. M.; ROGERSON, J. J. Creative Districts in the Global South: Maboneng Precinct, Inncity Johannesburg. MARQUES, L.; RICHARDS, G. *Creative Districts around the world: Celebrating the 500th Anniversary of Bairro Alto*. Breda: Nhtv University of Applied Sciences, p. 149-153, 2014.

TEIXEIRA, C. S.; ALMEIDA, C. G.; FERREIRA, M. C. Z. *Habitats de Inovação: alinhamento conceitual*. Florianópolis: Perse, 10p, 2016. Disponível em: <https://via.ufsc.br/download-habitats-de-inovacao/>. Acesso em: 25 de jul. 2022.

TESTONI, B.; TEIXEIRA, C. S. Distritos Criativos: Bairro Alto e Maboneng. In: *Habitats de inovação: conceito e prática / Ágatha Depiné; Clarissa Stefani Teixeira (Orgs.) – São Paulo: Perse. 220p. v.3: il. 2020*. Disponível em: <https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2020/07/HABITATS-DE-INOVAcao-conceito-e-pratica-VOL3.pdf>. Acesso em: 26 de jul. 2022.

XAVIER, A. J. T. C.; DE ALMEIDA, A. S. A. Políticas locais e impactos na concessão da experiência turística em espaços urbanos – os casos do Bairro Alto e da Mouraria, Lisboa. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 13, n. 2, p. 322-350, 2017.

WALSH, S. 'We won't move' The suburbs take back the center in urban Johannesburg. *City*, v. 17, n. 3, p. 400-408, 2013.



CASES DISTRITOS CRIATIVOS

Distritos Criativos na Europa



Por Juliana Duarte Ferreira

De acordo com o livro “Volta ao Mundo por meio dos Distritos Criativos” (TEIXEIRA; PIQUÉ; FERREIRA, 2022), existem vinte e dois distritos criativos localizados na Europa, sendo que cada um deles se situa em uma cidade diferente, porém, a maioria na Inglaterra e na Espanha.

A seguir, foram pinclados alguns cases situados no continente europeu, que se destacam pela organização em rede de compartilha-

mento e integração de cultura, conhecimentos, criatividade e artes.

Brompton Design District

Situado em Londres, na Inglaterra, desde 2007, é uma iniciativa de uma tradicional empresa de ativos imobiliários e de um grupo de varejistas de design e instituições culturais locais (BROMPTON DESIGN DISTRICT, 2022). Foi planejado para ser um ambiente de fomento ao “novo design”, sendo propício para a ocorrência de reuniões e momentos de aprendizagem e compartilhamentos entre pessoas, no que se refere a design, cultura, moda e gastronomia (BROMPTON DESIGN DISTRICT, 2022). Possui uma característica diferente da maioria dos distritos criativos, ou seja, não tem ênfase na economia criativa, no entanto, promove a criatividade por meio da valorização das temáticas já citadas.

Dessa forma, proporciona um clima vibrante e estimulante para os sentidos daqueles que frequentam seus diversos ambientes, como restaurantes temáticos, lojas de design, vitrines de marcas de moda reconhecidas e museus de arte

e história (BROMPTON DESIGN DISTRICT, 2022), atraindo turistas que fomentam a indústria e o comércio local. Destaca-se que, nos seus quinze anos de existência, defendeu o design novo e experimental, apoiou pensadores imaginativos e tornou-se também um histórico distrito cultural e museológico, um próspero centro de artes, ciências e diversidade cultural e um promotor do design imaginativo e focado no futuro (LONDON DESIGN FESTIVAL, 2022).

Percebe-se, portanto, que este distrito criativo é um ambiente focado na promoção e no desenvolvimento do design, especialmente a partir da valorização de instituições e profissionais que já estavam instalados no local antes mesmo de este ser um distrito criativo. Utilizar-se das potencialidades de uma comunidade é um fator estratégico para o crescimento de um distrito criativo, tendo em vista que os talentos das pessoas são retidos no local, fazendo com que as mesmas se sintam valorizadas e, ao mesmo tempo, obtenham retornos que as façam permanecer no local. Além disso, tem-se a possibilidade de atrair turistas de diversas partes do mundo, gerando retornos econômicos para a região.



Foto: Giammarco (2017)

Soho Málaga – Barrio de Las Artes

Partiu de uma iniciativa dos próprios cidadãos do centro da cidade de Málaga, na Espanha, cujo objetivo era recuperar essa antiga zona residencial que, com o tempo, começou a apresentar sinais de degradação urbana e comercial (SOHO MLG, 2022). Diante disso, surgiu a ideia de criar um distrito cultural entre os residentes e comerciantes do local, o qual é hoje conhecido como um distrito criativo, sob a marca de “O Soho” (SOHO MLG, 2022). Localizado no coração de Málaga, se tornou o emblema da arte urbana e da “cultura underground” da cidade, além de que reabilitou a área de um tradicional bairro entre as avenidas Alameda Principal e Muelle Heredia (COSTA DEL SOL, 2022).

Com o propósito de promover a reativação do espaço, o mesmo foi revigorado e passou a oferecer à população local e aos visitantes uma moderna e diferenciada área de lazer, cultura, comércio e negócios (SOHO MLG, 2022). De acordo com Cideu

(2020), sua contribuição estratégica apoiou-se em transformar a cidade com base na iniciativa e no compromisso do cidadão, localizar e dinamizar setores produtivos e indústrias alternativas alicerçadas em cultura e criatividade e geradoras de emprego, promover a arte e a cultura como elementos de integração cultural e gerar uma imagem de marca da cidade. Ainda, objetiva expandir e facilitar a acessibilidade de pedestres sem prejudicar o tráfego rodoviário e a habitabilidade e garantir que o meio ambiente se transforme em um atrativo cultural, comercial e de lazer para o cidadão e o turista (CIDEU, 2020).

Este distrito criativo configura-se, portanto, como um ambiente de inovação voltado para o fomento das diversas manifestações artísticas, como pintura, escultura, música, teatro e criações audiovisuais. Também demonstra que a arte e a criatividade são aspectos relevantes para a revitalização dos espaços, bem como são atrativos para a geração de turistas, empreendimentos, negócios e profissionais. Soho Málaga é um distrito criativo inovador que teve a capacidade de reconfigurar um bairro importante da cidade, porém abandonado, tornando-o um local interessante e que atrai pessoas do mundo inteiro.



Flanders District of Creativity - Flanders DC

Criado em 2004, caracteriza-se também como uma organização independente sem fins lucrativos que apoia as indústrias criativas em Flandres, isto é, no Norte da Bélgica (HOMO FABER, 2021). Tem como objetivo analisar e fortalecer o papel da criatividade no crescimento econômico da região, bem como compreender como empresas e organizações podem ter mais criatividade e inovação (FLANDERS DC, 2022). Durante o passar dos anos, se desenvolveu com foco em três aspectos principais: manter “as portas abertas” para empreendedores criativos desde os pri-

mórdios até o crescimento internacional; trabalhar através de fronteiras setoriais por meio da indústria criativa, que é motor da inovação em diversos setores; e ajudar a indústria criativa a ser próspera e, assim, tornar a economia mais inteligente e competitiva (FLANDERS INVESTMENT AND TRADE, 2019).

Diante do objetivo de ajudar a indústria criativa a florescer, apoia, promove e conecta empreendedores criativos, sendo um meio de contato entre eles. Para isso, oferece orientação, recursos e assistência, desde formalidades de startups até financiamentos, marketing, pesquisa e desenvolvimento, produção, propriedade intelectual, emprego e crescimento de negócios, com a intenção de transformar ideias em negócios



rentáveis e sustentáveis (HOMO FABER, 2021). Também objetiva a internacionalização do empreendedorismo, da criatividade e da inovação e, portanto, trabalha em colaboração com outros distritos criativos. Faz parte da Rede Internacional de Distritos da Criatividade, um sistema mundial de stakeholders com objetivos semelhantes, e é membro do World Crafts Council, da United Fashion Europe e do projeto United Fashion, ou seja, é parceiro em redes regionais, europeias e internacionais (FLANDERS DC, 2022).

Estes fatores demonstram que o foco deste distrito criativo é o empreendedorismo aliado à inovação e criatividade. Empreendedores criativos podem contar com o apoio do Flanders DC para colocar em prática suas ideias e torná-las negócios de sucesso, uma vez que são oferecidos recursos para desenvolver o negócio, a partir de programas de apoio para empresas iniciantes no mercado, bem como são ofertados meios de acesso ao mercado local e internacional, a partir da colocação do distrito criativo em redes de contato. Dessa forma, compreende-se que este distrito criativo tem em seu cerne o objetivo de fortalecer as empresas e apoiar empreendedores que focam em criatividade e inovação.

Zoho

Está situado próximo ao centro da cidade de Rotterdam, nos Países Baixos, na área de um antigo parque de negócios, o Zomerhofkwartier, a qual se tornou introvertida e empobrecida com o tempo. O ano de 2013 ficou marcado como o início do distrito criativo, diante do objetivo de desenvolver o território a partir de um urbanismo lento (ZOHO ROTTERDAM, 2022). Com o passar

dos anos, vem se constituindo como uma área de convivência e trabalho, pois está sendo edificada e voltada para artistas e profissionais das áreas de design, cultura, mídia, tecnologia, arte, alimentos, arquitetura e planejamento urbano, bem como para moradores diversos, que fazem o bairro florescer cada vez mais (HOLMES, 2020; ZOHO ROTTERDAM, 2022).

Segundo Holmes (2020), na última década, profissionais criativos converteram um ambiente subutilizado em um território animado, diante da necessidade de transformar uma área de negócios de baixo nível em um bairro misto, com capacidade de enfrentar os desafios de adensamento da cidade. Por consequência, o crescimento do distrito criativo se baseou em aspectos como networking, colaboração, entrelaçamento de espaços e inclusão social, por meio da criação de mix de tipologias e habitação social, espaços de trabalho e locais coletivos (HOLMES, 2020). Além disso, existem facilidades e comodidades às empresas inovadoras, criativas e culturais, como sala de reunião, internet compartilhada e limpeza, para que o networking e a colaboração entre os membros aconteçam (ZOHO ROTTERDAM, 2022).

Observa-se que este distrito criativo apresenta a característica particular de atrelar os objetivos de recuperação de uma área urbana e do fomento ao empreendedorismo local. Também, nota-se que não foca suas atividades somente em uma área da economia criativa, constituindo-se como um ambiente de compartilhamento entre profissionais de diversos campos criativos. Então, além de ser um ambiente de negócios, que valoriza profissionais empreendedores, também é espaço para moradia, tendo em vista que transformou um espaço importante da cidade, gerando novamente oportunidades de residência e trabalho.



foto: Jurriaan (2016)

Dublin Creative Quarter

Situado na cidade de Dublin, na Irlanda, é conhecido como um centro de criatividade e inovação em design. Trata-se de um exemplo de como uma área pode se revigorar, por meio da colaboração comercial e, principalmente, da criatividade, pois está em um território que possui uma longa história, a qual remonta ao século XVIII e seu design especializado (WE ARE DUBLIN TOWN, 2022). Nesta época, o local era um centro para o comércio de trapos e tecidos e, segundo Freeman (2012), somente a partir do ano de 2012 a cidade decidiu reformar esta área, criando este distrito criativo, que tornou-se parte de um novo impulso local para destacar negócios especializados em design.

Atualmente, é uma área mergulhada na história, com bares secretos dentro de antigas casas georgianas, que se transformam em boates dan-

çantes ao centro comercial, (MARCANGELI, 2021), além de que hospeda boutiques de artesãos, estúdios, restaurantes e cafés, lojas de diferentes tipos, empresas e negócios criativos, ou seja, é composta por diversos estabelecimentos e muitos lugares inspiradores e interessantes (WE ARE DUBLIN TOWN, 2022). Conforme o We Are Dublin Town (2022), o distrito criativo é um centro de criatividade e inovação de design, no qual o passado e o presente se encontram.

Compreende-se que este distrito criativo utilizou-se do potencial arquitetônico local, que possui traços de uma época histórica, na qual o design era diferente dos dias atuais, para criar um espaço propício ao comércio, que retém profissionais locais e atrai turistas de diferentes partes do mundo. O seu território é composto por diversos empreendimentos que proporcionam principalmente experiências de compras, de gastronomia e de lazer para quem o visita, tendo como essência o design, voltado para uma arquitetura histórica.



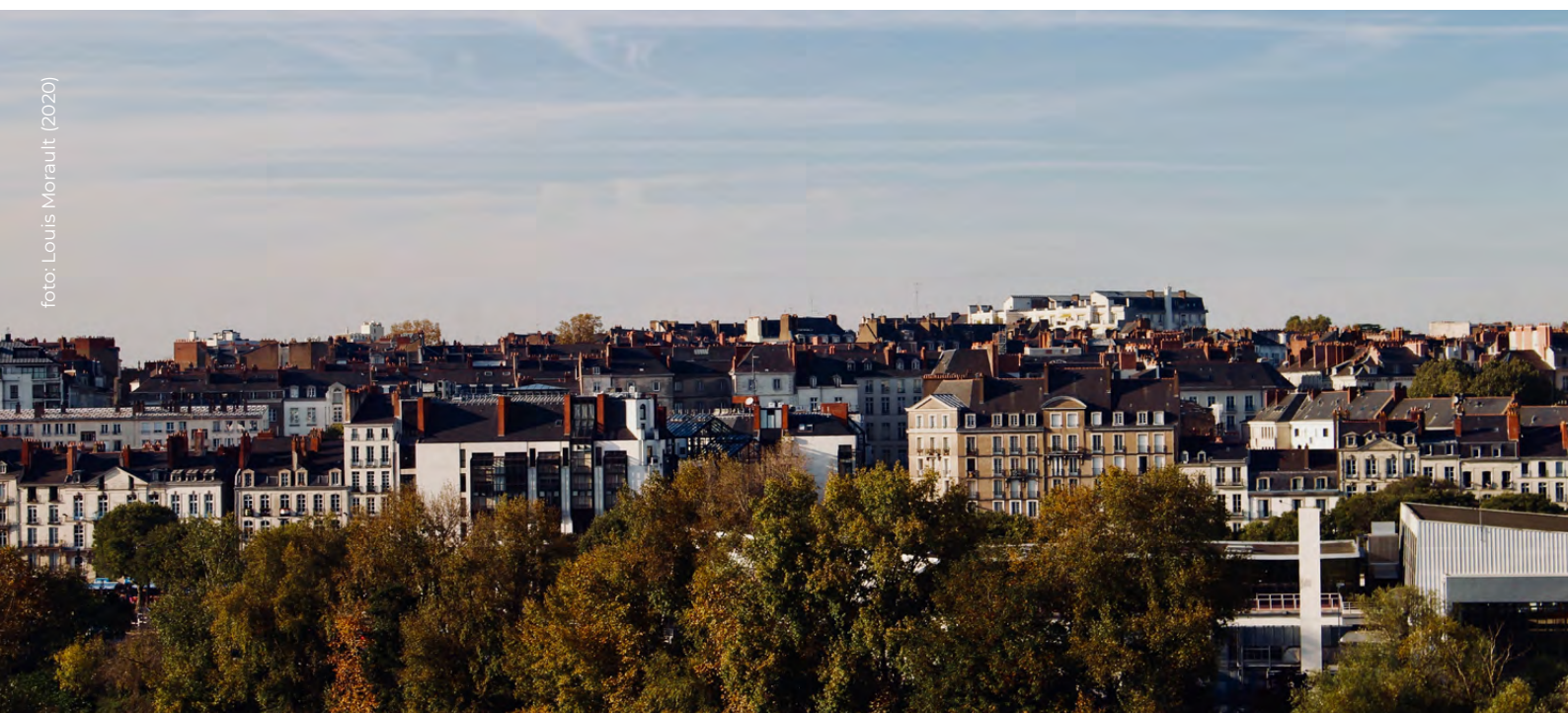
Quartier de la Création

Está localizado em Nantes, na França, em uma cidade historicamente ocupada por estaleiros e atividades industriais navais. Iniciou em 2000, a partir da instalação de coletivos artísticos, criativos e culturais (CREATIVE FACTORY, 2022) e cresceu principalmente com a criação da Escola de Arquitetura, do Centro de Artes Gráficas, da École Supérieure des Métiers Artistiques, da Escola de Belas Artes, do Médiocampus e do Polo Universitário Interdisciplinar (CREATIVE FACTORY, 2022). Assim, tornou-se um polo de competência de nível internacional, por meio da relação entre cultura, pesquisa, formação e economia, desenvolvendo novas formas de atividade e contribuindo para um modo de crescimento econômico decorrente das Indústrias Cultural e Criativa (NANTES-TOURISME, 2022).

Foi sendo desenvolvido com base em cinco missões principais: criação de vínculos entre ensino superior e pesquisa; estruturação e animação da rede de empresas (cluster) das indústrias cultu-

rais e criativas; apoio a projetos nas etapas do desenvolvimento da empresa; realização de projetos colaborativos; e implantação de imóveis de escritório e estabelecimentos comerciais (NANTES SAINT-NAZAIRE, 2022). Diante disso, o local foi transformado em um ambiente em que arte e cultura convivem com a tecnologia e a economia (NANTES SAINT-NAZAIRE, 2022), de forma que a criatividade passou a estar em toda parte de Nantes, tornando-se um estado de espírito, que irriga na cidade para torná-la um território de inovação e criação por si só (CREATIVE FACTORY, 2022).

Este distrito criativo demonstra características singulares construídas ao longo do tempo, que os diferencia de outros distritos já apresentados, por exemplo. Apresenta o papel importante de um ator fundamental em qualquer distrito criativo, que é a academia, sendo que seu desenvolvimento se deu baseado na criação de escolas e universidades, como foi exposto. Além disso, é um ambiente que, além da inovação, valoriza a tecnologia e a pesquisa como motores de crescimento local, demonstrando que a criatividade, aliada a outros fatores, pode ser um elemento fundamental para uma economia. ●



Referências:

BROMPTON DESIGN DISTRICT. About. Brompton Design District, 2022. Disponível em: <https://bromptondesigndistrict.com/about>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

CIDEU. Soho Málaga, el barrio de las artes. Cideu, 2020. Disponível em: <https://www.cideu.org/proyecto/soho-malaga-el-barrio-de-las-artes/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

COSTA DEL SOL. Paseo por el Soho de Málaga, el Barrio de las Artes. Costa del Sol, 2022. Disponível em: <https://blog.visitacostadelsol.com/es/paseo-por-el-soho-de-malaga-el-barrio-de-las-artes>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

CREATIVE FACTORY. L'île De La Création. Creative Factory, 2022. Disponível em: <https://www.creativefactory.info/territoire-ile-de-nantes/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

FLANDERS DC. Return on Creativity. Flanders DC, 2022. Disponível em: <https://www.flandersdc.be/en/about/what-do-we-do>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

FLANDERS INVESTMENT AND TRADE. Flanders DC boosts the 'return on creativity' of the creative industry. Flanders Investment and Trade, 2019. Disponível em: <https://www.flandersinvestmentandtrade.com/invest/en/news/flanders-dcboosts-%E2%80%99return-creativity%E2%80%99-creative-industry>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

FREEMAN, M. Dublin launches new 'Creative Quarter' for city centre. The Journal, 2012. Disponível em: <https://www.thejournal.ie/dublin-launches-new-creativequarter-for-city-centre-380795-Mar2012/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

HOLMES, D. ZoHo – Rotterdam's creative district is bound to set new standards for urban living and working. World Landscape Architect, 2020. Disponível em: <https://worldlandscapearchitect.com/zoho-rotterdams-creative-district-is-bound-to-set-new-standards-for-urban-living-and-working/?v=19d3326f3137>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

HOMO FABER. Flanders District of Creativity. Homo Faber, 2021. Disponível em: <https://www.homofaberguide.com/fr/ambassador/ambassadors-flandersdistrict-of-creativity>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

LONDON DESIGN FESTIVAL. Brompton Design District. London Design Festival, 2022. Disponível em: <https://www.londondesignfestival.com/brompton-design-district>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

MARCANGELI, S. 5 Things To Do In The Creative - Quarter, Dublin. Svadore, 2021. Disponível em: <https://www.svadore.com/5-things-the-creative-quarter-dublin/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

NANTES-TOURISME. Patrimoine Quartier De La Création. Nantes-Tourisme, 2022. Disponível em: <https://www.nantes-tourisme.com/fr/patrimoine/quartier-de-lacreation>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

SOHO MLG. Que es Soho Malaga. Soho MLG, 2022. Disponível em: <http://www.sohomlg.com/que-es-soho-malaga.html>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse, 2022. 243p.

VILAIN, C. Farm Cultural Park – Favara. Human Cities, 2018. Disponível em: <https://humancities.eu/casestudies/farm-cultural-park-favara/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

VISIT SICILY. Farm Cultural Park di Favara. Visit Sicily, 2015. Disponível em: <https://www.visitsicily.info/en/farm-cultural-park-di-favara/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

WE ARE DUBLIN TOWN. Creative Quarter. We Are Dublin Town, 2022. Disponível em: <https://www.wearedublin.ie/who-we-are/creative-quarter/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.

ZOHO ROTTERDAM. Wat is Zoho. Zoho Rotterdam, 2022. Disponível em: <https://zohorotterdam.nl/over-zoho/>. Acesso em: 24 de Out. de 2022.



CASES DISTRITOS CRIATIVOS

Case: Poblenou Urban District



Por Juliana Duarte Ferreira

Um distrito criativo de destaque na Europa é o Poblenou Urban District, situado na cidade de Barcelona, no bairro Poblenou. Este bairro, na primeira metade do século XIX, foi lugar de fábricas e indústrias de manufatura, teve a maior concentração de fábricas da Espanha e, até mesmo, ficou conhecido como a “Manchester Catalã” (GADENS; BEL, 2018).

Até os dias atuais, esta região passou por vários movimentos, por ser uma zona estratégica e ter significado cultural para Barcelona, porém, ja-

mais perdeu sua identidade.

Seguindo os modelos de cidades como Miami, com o “Wynwood Arts District”, e Nova Iorque,

com o “Meetpacking District”, o Poblenou Urban District foi fundado em 2012, com o objetivo de promover a região como o novo distrito artístico e criativo de Barcelona (PAULA, 2020). Entretanto, as modificações necessárias para a conversão em um distrito criativo começaram há cerca de vinte anos, quando coletivos de artistas ocuparam fábricas abandonadas para trabalhar e realizar festas (WALES, 2021), já que, anteriormente, o local era um grande complexo industrial da cidade.

Desse modo, a surpreendente transformação do bairro Poblenou entrou em um processo imparável, liderado pela comunidade criativa (PAULA, 2020). Agentes do governo e da academia também foram fundamentais para colocar em prática o planejamento do distrito criativo e torná-lo um ambiente de inovação de destaque mundial.

De acordo com Zanella (2019), com a ajuda de diversos atores, como pessoas que trabalham, moram ou visitam o local, foram mapeadas as necessidades e os desejos das mesmas. Realizou-se um placemaking, ou seja, um processo colaborativo constituído por questionamentos, observações e opiniões, no qual as informações encontradas são usadas para criar um espaço benéfico para todos, com base na perspectiva comum. A partir disso, conforme Zanella (2019) também explica, essas informações foram usadas para a criação de uma visão comum de lugar, que possibilita a implementação de mudanças rápidas que possam gerar benefícios imediatos para o espaço público e às pessoas que o frequenta.

Portanto, conforme Boesmi (2021), desde a sua criação, o Poblenou Urban District tem trabalhado para estabelecer o bairro como um novo epicentro cultural e empresarial dentro da estrutura urbana de Barcelona. Atualmente, o território do distrito criativo é o foco de empresas inovadoras e criativas (PAULA, 2020). Boesmi (2021) também



O poder público, a universidade e, portanto, a academia e a indústria se interrelacionam para ter um projeto conjunto. Quando estamos no campo dos distritos criativos, a academia deve fornecer talento, a indústria deve fornecer os mecanismos para escalar e o governo deve criar os cenários para novas oportunidades.”

Josep Piqué, Presidente da La Salle Technova Barcelona, em entrevista para o programa Estação Conhecimento da TV UFSC, no episódio sobre distritos criativos.

descreve que, com o objetivo de guiar os turistas por este território ainda inexplorado, o Poblenou Urban District organiza uma série de eventos e circuitos anuais, ligados à criatividade e à criação, cujo principal objetivo é conhecer a riqueza e qualidade do patrimônio artístico, histórico e cultural do Poblenou.

Wales (2021) explica que, embora existem áreas que ainda mantêm aspectos da natureza, o bairro onde o distrito criativo se situa está rodeado de conversões de armazéns contendo casas de plano aberto, galerias, coworkings e estúdios. Também é espaço para edifícios ultramodernos, como o Museu de Disseny e a Torre Agbar, os quais coexistem com antigos armazéns, galerias de arte, estúdios de design, companhias de produção, hotéis, restaurantes e agências de publicidade (PAULA, 2020). Compreende-se, assim, que o Poblenou Urban District transformou este local em Barcelona, porém, até hoje, mantém os traços característicos do mesmo, unindo aspectos culturais à criatividade e à inovação. ●

Referências:

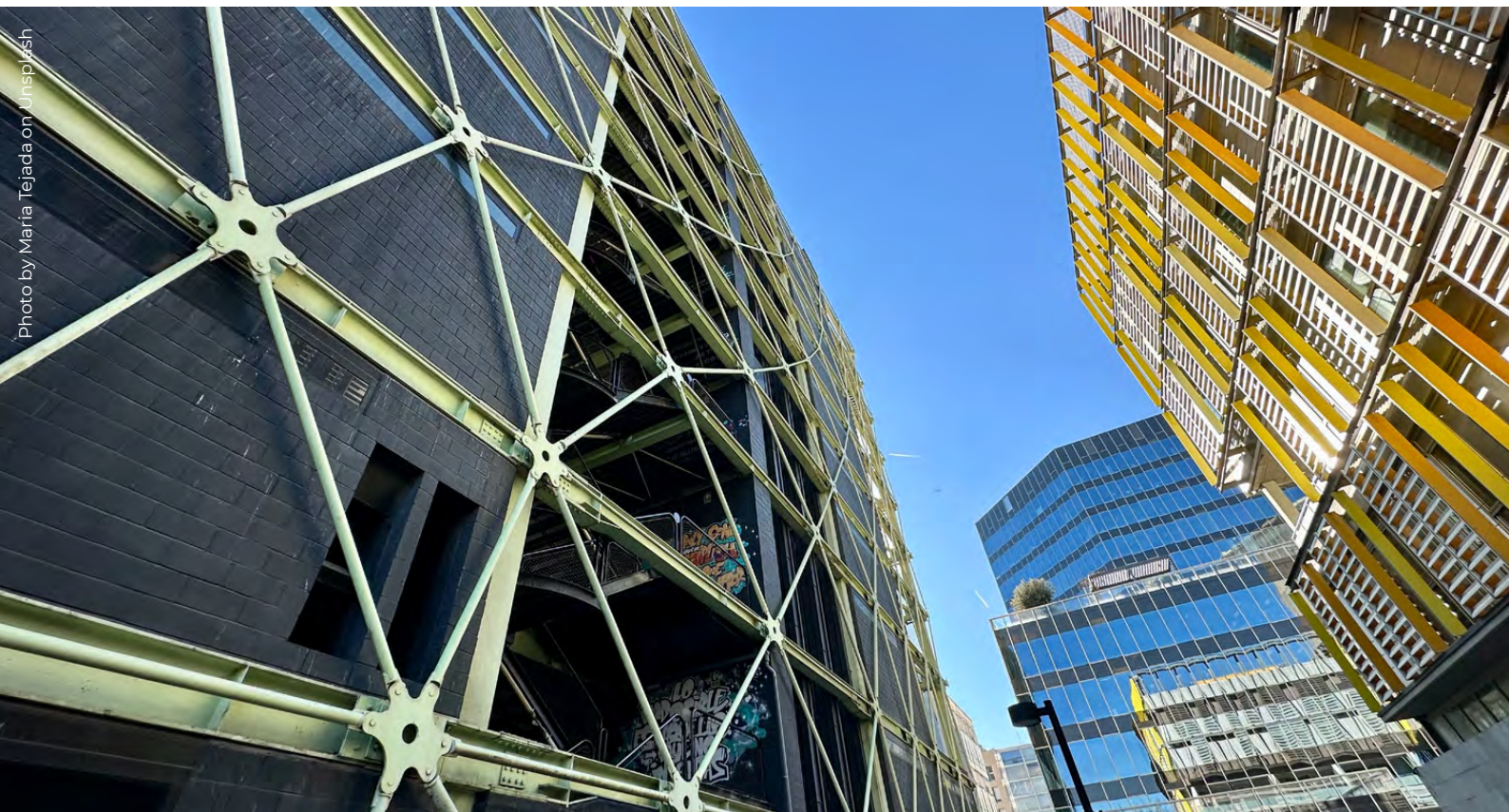
BOESMI, S. Current Collaboration Whit Poblenou Urban District in Barcelona Spain. Sebastian Boesmi, 2021. Disponível em: <https://www.sebastian-boesmi.com/noticias-1/current-collaboration-whit-poblenou-urban-district-in-barcelonaspain>. Acesso em: 24 de Ago. de 2022.

GADENS, L. N.; BEL, J. S. Planejamento urbano flexível na cidade contemporânea: contribuições a partir da análise do Plano 22@ Barcelona. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 10, p. 558-575, 2018.

PAULA. Poblenou Urban District. ShBarcelon, 2020. Disponível em: <https://www.shbarcelona.com.br/blog/pt/poblenou-urban-district/>. Acesso em: 24 de Ago. de 2022.

ZANELLA, M. E. Barcelona e seu exemplo de placemaking no "Superblock Poblenou". VIA Estação Conhecimento, 2019. Disponível em: <https://via.ufsc.br/revitalizacaode-superquadra-em-barcelona/>. Acesso em: 24 de Ago. de 2022.

WALES, S. How Barcelona's Poblenou district is becoming the city's creative heart. The Spaces, 2021. Disponível em: <https://thespaces.com/how-barcelonaspoblenou-district-is-becoming-the-citys-creative-heart/>. Acesso em: 24 de Ago. de 2022.





CASES DISTRITOS CRIATIVOS

A cidade de Lisboa em uma abordagem criativa e social



Por Jadhi Vincki Gaspar

A abordagem sobre o conceito Cidade Criativa salienta a importância de apostar em políticas ligadas à criatividade e inovação urbana, visando a 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 (FURTADO; ALVES, 2012).

Pondera-se que estas cidades têm tendência para construir fortes infraestruturas sociais e culturais e segundo Landry (2000) dispõem de um

recurso que pode transformar a maneira de pensar, planejar e agir: as pessoas que as habitam. A autora Costa (2015) complementa que o con-

ceito de cidade criativa está também conectado às definições sobre indústrias criativas e economia criativa, uma vez que as cidades comportam tanto organismos públicos, como organismos privados.

A aplicação deste conceito 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 (COSTA, 2015). A Câmara Municipal de Lisboa (2013) considera que para posicionar a cidade de Lisboa como referência para a economia criativa, ainda exige esforço em vários níveis, envolvendo vários atores, em uma dinâmica capaz de mobilizar as pessoas e as instituições em torno de uma visão estratégica e objetivos comuns, além de exigir a cocriação de um programa estratégico de longo prazo.

Por mais que ainda haja um longo caminho a se percorrer, é notável que as cidades portuguesas estão se revelando como cidades criativas e vibrantes, em que se queira viver, estudar e tra-

balhar devido à oferta de espaços urbanos com qualidade, dinâmicas artísticas e culturais (COSTA, 2015). Entre estas, a cidade de Lisboa tem também se destacado no âmbito da economia criativa, pelo número de eventos musicais, centros culturais, espaços criativos, pelas novas políticas multiculturais de integração e pelos projetos sociais presentes nos setores da economia criativa. Um marco importante neste sentido foi a criação da primeira incubadora municipal de Lisboa a apoiar projetos e ideias de negócios das indústrias criativas, em especial, nas áreas de Design, Mídia, Moda, Música, Gastronomia, Joalheria, entre outras - o Centro de Inovação da Mouraria. Além de ser considerada uma âncora para trazer investimentos e pela capacidade de reabilitação e regeneração para o bairro em que se encontra, este hub criativo é um espaço onde se promove o empreendedorismo criativo e inovador através da disponibilização de postos de trabalho totalmente equipados, de uma ampla rede de mentores, da formação e consultoria sob medida, do acesso a soluções de financiamento e do apoio à comercialização dos produtos e serviços criativos e culturais.



A economia criativa atrelada ao senso de responsabilidade social

O investimento em economia criativa em Lisboa pode ser considerado um dos pilares estratégicos da administração pública da cidade, sendo um fator de desenvolvimento em vários âmbitos, principalmente no social. É importante visualizar a economia criativa como um grande guarda-chuva que abarca setores das artes, da cultura e das tecnologias com diferenças marcantes, além da classificação por setor criativo, é preciso levar em consideração que existem diferenças nos modelos de negócios e atuação profissional em todos os setores (CANEDO, 2019).

Canedo (2019) contempla três níveis para a economia criativa: 1) Especializado e Profissional; 2) Autônomo e Comunitário; e 3) Social e Experimental. Destaca-se que o nível social e experimental como aquele onde estão as expressões culturais populares e identitárias, tradicionais ou contemporâneas. Esse nível está mais próximo da dimensão cidadã da cultura e abarca iniciativas que privilegiam o caráter transformador da cultura, a exemplo de projetos sociais desenvolvidos por organizações da sociedade civil (CANEDO, 2019).

Ainda segundo a autora, o intuito é destacar que a criatividade deve ser exercitada em um ambiente com participação social e garantias de liberdade e dos direitos humanos e sociais que, segundo Amartya Sen (2000), são fundamentais para que haja desenvolvimento, de modo que diversos povos possam contribuir para o enriquecimento cultural da humanidade, e não serem vistos apenas como consumidores de bens e serviços culturais comercializados no mercado (FURTADO, 1984).

A seguir é possível conferir alguns projetos realizados e sediados em Lisboa que utilizam a

criatividade para transformar realidades, exercer responsabilidade social, gerar impacto positivo e ainda são exemplos de como a economia criativa pode ser inclusiva e diversa.

A Avó Veio Trabalhar

A Avó Veio Trabalhar é um hub criativo intergeracional, onde os laços sociais e emocionais são entrelaçados em uma comunidade de Lisboa e onde os mais velhos são os protagonistas desse movimento. O projeto entende a idade como um poder que deve ser potencializado e que cada pessoa idosa tem um talento individual, aspirações e paixões que merecem ser acreditadas e cultivadas.



É um lugar para partilhar conhecimento, onde diferentes gerações aprendem umas com as outras. As avós são mestres em trazer as suas habilidades para a cultura moderna. Misturam os labores e arte tradicional com técnicas criativas, como serigrafia, bordado de fotos, gravura ou trabalho em papel. A combinação do antigo e do novo gera uma linguagem comum que, por meio da criatividade, permite que diferentes gerações se fundam. O projeto “A Avó Veio Trabalhar” tem parcerias com várias organizações artísticas, musicais e culturais, e se faz presente em diversos festivais e eventos em Portugal.

Manicómio

O Manicómio foi co-criado por Sandro Resende e José Azevedo, fundadores da Associação de Desenvolvimento Criativo e Artístico P28 e originou-se em março de 2019, em Lisboa, com o principal objetivo de desmistificar o estigma associado à doença mental, incentivar a empregabilidade dos doentes e promover a sua inclusão social, sendo o primeiro espaço de criação, hub social e galeria de arte bruta em Lisboa.

Os artistas que de alguma forma estão inseridos neste projeto recebem uma bolsa, que inclui refeições, transportes e um salário, além de 70% da receita que resultar das vendas das peças produzidas e 90% dos workshops que realizam. Além desses recursos, outro objetivo do projeto é que os artistas sintam-se prontos e motivados a criarem suas próprias empresas ou startups, alcançando novas realizações.


O Manicómio já ganhou concursos de criatividade, recebeu o prémio de Mérito pelo Ministério da Saúde, tem diferentes projetos de arte e conta com apoio do Turismo de Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa e Juntas de Freguesia.



RESHAPE

A RESHAPE implementa e dissemina novas abordagens que transformam as vidas de todas as pessoas que estão ou já estiveram presas, fornecendo-lhes as ferramentas e estímulos necessários para a sua efetiva reinserção.

Dentre as iniciativas que o projeto promove, está a Reshape Ceramics, a qual ajuda a concretizar essa visão, através da criação de peças de cerâmica únicas e artesanais, produzidas de forma transparente por atuais e antigas pessoas da comunidade prisional portuguesa, com todos os lucros a serem reinvestidos novamente na organização para aumentar o número de vidas impactadas.

Esses exemplos de projetos que embarcam o conceito de economia criativa, mas que também têm viés sociais muito relevantes demonstram que a criatividade pode ser também um reparador social, bem como parte de um processo para encontrar soluções inovadoras para diversas questões em Lisboa. É importante cada vez mais trazer à tona esses tipos de projetos que sinalizam que a economia criativa pode ir além dos setores e do fim que já é amplamente disseminado. 



Referências:

CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA (2013). Lisboa Economia Criativa. Disponível em http://www.cmlisboa.pt/fileadmin/INVESTIR/publicacoes/apresentacoes/Lisboa_Economia_Criativa.pdf [consultado a 26 de agosto de 2022].

COSTA, D. M., C. Lisboa cidade criativa: preparação de uma candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Trabalho de Projeto. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, 2015.

FURTADO, C. Cultura e desenvolvimento em época de crise. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

FURTADO, G.; ALVES, S. Cidades criativas em Portugal e o papel da arquitetura: Mais uma estratégia a concertar. Revista Crítica de Ciências Sociais, 2012, 99: 125-140.

LANDRY, C. The Creative City: a toolkit for urban innovators. London: Earthscan Publications, 2000.

SEN, A. K. Desenvolvimento como Liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.



CASES DISTRITOS CRIATIVOS

Distritos Criativos ao redor do Globo



Por Juliana Duarte Ferreira

Diversas partes do mundo possuem ambientes de inovação em seus territórios, dentre os quais se incluem os distritos criativos. Segundo o livro **“Volta ao Mundo por meio dos Distritos Criativos”** (TEIXEIRA; PIQUÉ; FERREIRA, 2022), territórios como América Latina, África e Ásia são palcos para a criação e o crescimento de distritos criativos, os quais contribuem para o desenvolvimento social, econômico e cultural das cidades em que se localizam.

Na sequência, serão abordados casos de distritos criativos situados nestes continentes, para

demonstrar outras perspectivas e experiências sobre os distritos criativos.

Maboneng - Distrito Criativo

Localizado no Leste do distrito comercial central de Joanesburgo, em Gauteng, área que em tempos passados era um bairro industrial na cidade, conhecido por ser perigoso, e que turistas e moradores evitavam frequentar. Porém, conforme Batista (2020) explica, com o passar do tempo, antigas fábricas e gráficas abandonadas se transformaram em espaços de arte, moda e cultura e, desde então, o bairro converteu-se numa zona urbana animada, onde a arte e a culinária florescem. De acordo com Rogerson e Rogerson (2014), antigos escritórios de construção, armazéns e fábricas foram reformados e passaram a constituir um complexo de estúdios de arte, livrarias, boutiques, restaurantes e mercados, ambientes que injetaram energia e vibração em uma parte negligenciada do centro da cidade.

A consolidação de Maboneng como um foco criativo baseou-se na criação de um estilo de vida integrado e criativo, pautado em inovação,

liderança e empreendedorismo (ROGERSON; ROGERSON, 2014). Segundo Martins (2022), este distrito criativo é uma combinação única de iniciativas que fazem parte da revitalização da cidade, as quais mostram como arte, cultura e indústria criativa podem mudar radicalmente, e para melhor, os ambientes urbanos. O local é um exemplo de como o desenvolvimento de uma comunidade mista e integrada, onde as pessoas se divertem, vivem e trabalham, pode definir um modo de vida urbana modernizada (SOUTH AFRICA, 2022).

Observa-se que Maboneng representa uma iniciativa, pautada na economia criativa, para a regeneração de um local urbano negligenciado no território de uma cidade. Diante do objetivo de regenerar um espaço, obtiveram-se resultados secundários, mas fundamentais para a comunidade local. Criou-se um espaço colaborativo de cultura, negócios, criatividade e design, no qual se aproveitou do potencial físico do território para a formação de um cluster criativo. Essa transformação possibilitou diversos desenvolvimentos ocorridos tanto no distrito criativo, quanto ao seu redor, que atraem moradores e turistas.



798 Art District

Abrange a área de Dashanzi, a Nordeste do centro de Pequim, na China, em um complexo militar construído na década de 1950, que abrigava fábricas estatais. A partir da década de 1990, artistas contemporâneos se mudaram para o distrito fabril que estava desocupado, transformando-o em um ponto de acesso de arte, cultura e design, o qual, a partir de 2002, recebeu ainda mais artistas que trouxeram seus trabalhos para os galpões e formaram novos museus, galerias e cafés (MADRIGALI, 2017; SMITH, 2019). Dentre estas fábricas estava a Fábrica 798, que originalmente produzia eletrônicos (MY ART GUIDES, 2019) e deu origem ao nome do distrito criativo.

Além de preservar os edifícios das fábricas, foram organizados equipamentos culturais como museus e galerias e atraídas atividades das indústrias criativas, como mídia, publicidade, ar-

quitetura, design de moda, animação e design de software (SASAKI, 2022). Reunindo arte contemporânea, arquitetura e cultura, com uma localização historicamente interessante e um estilo de vida urbano, o distrito criativo evoluiu para um conceito cultural, pautado na cultura urbana e na difusão de espaços de convivência (MY ART GUIDES, 2019). Segundo Sasaki (2022), bares, restaurantes e cafés se juntaram às galerias, estúdios e boutiques, transformando o local em um dos mais cosmopolitas de Pequim.

Este é mais um exemplo de distritos criativos que foram constituídos a partir do objetivo de transformar espaços urbanos abandonados ou degenerados em ambientes de convívio, trabalho, moradia e lazer. Uma característica singular deste ambiente de inovação é a preservação do patrimônio existente, neste caso, um complexo industrial, que serviu como base para a criação de locais que abrigam artistas e seus trabalhos. Por meio dessa preocupação em respeitar o espaço construído, permitiu-se que o território se regenerasse de forma sustentável e com novas ideias pautadas em criatividade, design e artes.



Bangkok Creative District

Na cidade de Bangkok, capital da Tailândia, em 2013, foi criado este distrito criativo, composto por três ambientes: Bang Rak, região que lembra um bairro europeu e na qual passa a primeira estrada pavimentada da cidade; Klong San, espaço mais residencial e local e que costuma ser a entrada para o lado Oeste da cidade; e Rio Chao Phraya, que é o principal rio da capital, anterior à civilização da região e a chave da cultura tailandesa (CREATIVE DISTRICT, 2022). Segundo Fernández (2016), neste ambiente estão várias comunidades (chinesas, cristãs, muçulmanas e tailandesas etc), que convivem com seu passado cultural enraizado, seus costumes e seus contrastes. Assim, o verdadeiro e autêntico caráter do distrito criativo está nas conexões entre estas comunidades, no que se refere à riqueza de conhecimentos e tradições (CREATIVE DISTRICT, 2022).

De acordo com Philip (2021), este território possui diversos espaços focados no comércio, no lazer e no empreendedorismo, como galerias de arte contemporânea, boutiques de design e pequenos negócios inovadores, juntamente com uma cena de comida e bebida moderna e próspera. Além disso, para Fernández (2016), o distrito criativo se caracteriza por uma rica e confusa paisagem urbana, em que a arquitetura tradicional de diferentes comunidades convive com edifícios modernos construídos na atualidade.

Compreende-se que Bangkok Creative District foi uma criação que rejuvenesceu o território mencionado, tornando-o um espaço para o compartilhamento de saberes e tradições de diferentes culturas, que originaram negócios, trabalhos e empreendimentos. Assim, por meio do distrito criativo, as diversas comunidades que ali coexistem puderam ter sua origem valorizada, que se refere a preservação dos patrimônio material e imaterial.



foto: Evan Krause (2017)

Perpetuo Socorro DC

Está situado na cidade de Medellín, capital da província de Antioquia e segunda maior cidade da Colômbia. David (2021) explica que a sua história iniciou em 2016 com a chegada da Mattelsa (marca colombiana de vestuário), da Comfama (antes uma empresa de roupas e agora um ponto de encontro para festivais) e da Universidad Pontificia Bolivariana. Assim, foi criada a Corporación Perpetuo Socorro, que hoje promove o desenvolvimento do setor e une atuais e futuros empresários e vizinhos. Após isso, em 2019, a prefeitura de Medellín definiu que o Perpetuo Socorro DC seria a primeira zona estratégica para o desenvolvimento da economia criativa (CASTAÑEDA, 2020).

Para a criação do distrito criativo foram somados os interesses de empresas privadas, do governo e da academia, fazendo com que um bairro que sempre foi habitado por artistas, músicos, operários, mecânicos, designers, empresários e religiosos, passasse a ter o olhar de toda a cidade e re-

cebesse empresas que queriam se desenvolver na economia criativa (BOTERO, 2020). Portanto, este é um distrito criativo induzido por atores locais. Como resultado, gerou-se uma nova aparência ao território, o qual passou a ser, cada vez mais, contemplado por organizações como armazéns, oficinas, igrejas e hospitais (COMFAMA, 2020). Na visão de Botero (2020), criou-se um ecossistema sustentável e vibrante de setores culturais e criativos, o qual oportuniza às pessoas um espaço de moradia, trabalho e ambiente natural.

Este é um exemplo de um distrito criativo onde os resultados positivos foram decorrentes da integração da economia criativa ao contexto econômico e social de um território, pois, diante dessa união, organizou-se um espaço em que os cidadãos vivem e trabalham, e os turistas visitam e geram renda, criando um ciclo de retornos positivos. Outra característica relevante deste distrito criativo é a relação entre os atores da indústria, do governo e da academia, bem como seu esforço conjunto para a criação de um ambiente que favorece a cidade e seus habitantes; a preservação da identidade local; e a geração de benefícios para os stakeholders.



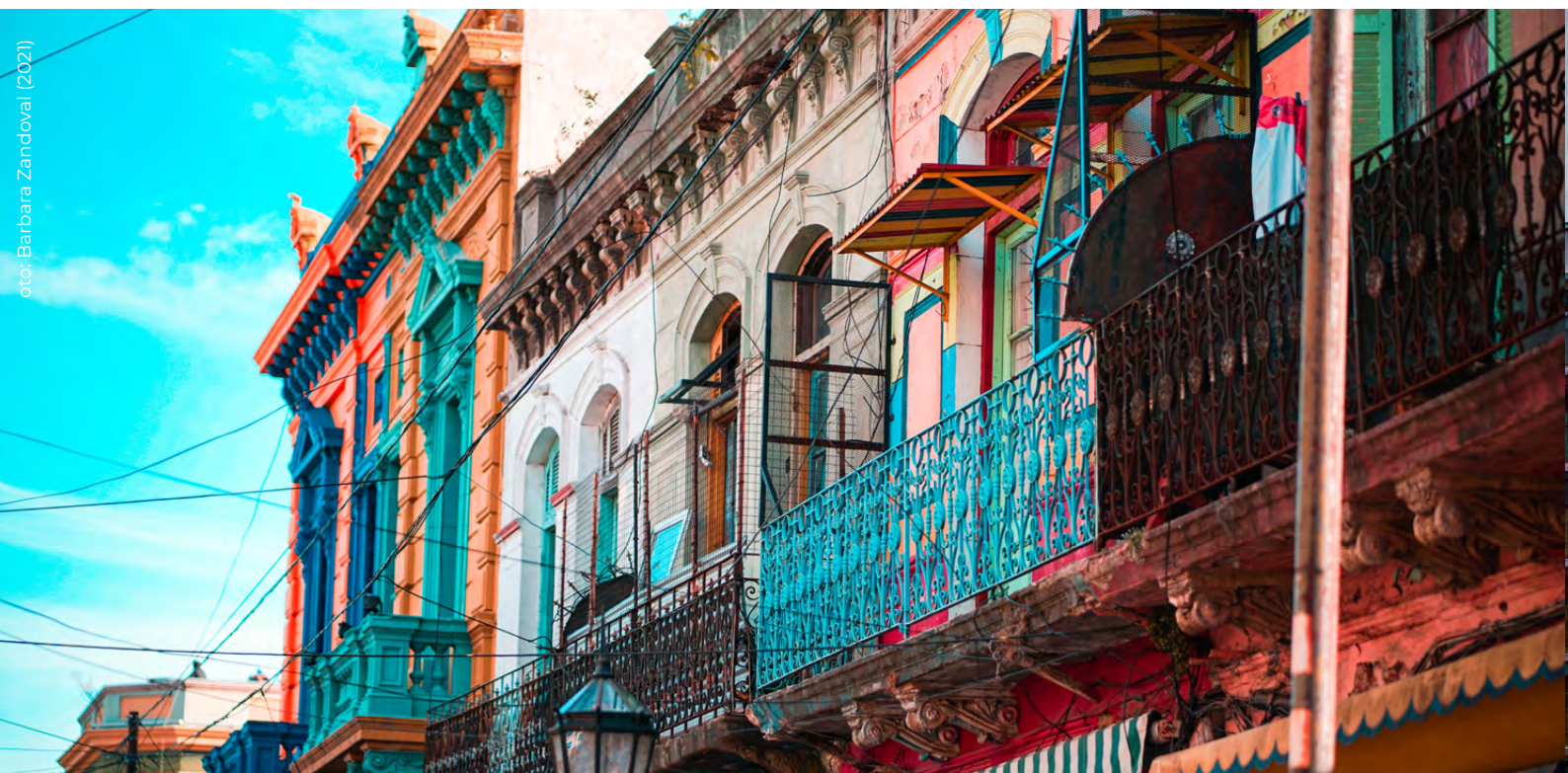
Distrito Audiovisual

Na capital da Argentina, em Buenos Aires, existem três distritos criativos, dentre os quais está o distrito audiovisual, criado em 2011, por meio de uma lei municipal. Este ambiente de inovação se destaca pela relevância no meio audiovisual do país, pois concentra empresas que trabalham com canais de televisão, cinema, games, animação, estenografia, sonoplastia, agências de publicidade, estúdios e sets de filmagem, música para cinema e televisão, aluguel de equipamentos, por exemplo (BUENOS AIRES CIUDAD, 2022), além de existirem escolas e universidades com cursos orientados ao audiovisual. Assim, compreende-se a importância da indústria audiovisual na economia argentina, a partir da geração de empregos qualificados e da promoção a investimentos oriundos de outras indústrias e setores, tais como hotelaria e gastronomia (MENDES, 2016).

Diante dessas características, este território tornou-se um centro de promoção da indústria

audiovisual, por meio do qual são concedidos benefícios às empresas instaladas na cidade e meios à população para se qualificar nas áreas relacionadas (LA CHACRITA ONLINE, 2013; MENDES, 2016). Além disso, são oferecidas oportunidades tanto para a comunidade, quanto para os visitantes, por meio da realização de festivais e exposições ao ar livre e através de capacitações focadas no audiovisual, gerando, mão de obra, empregos e visibilidade às ações do distrito criativo (THOMASZ, 2016; MENDES, 2016).

O distrito criativo cumpre seu objetivo de criar um ambiente favorável para o fomento à indústria do audiovisual e, por consequência, é uma referência internacional nesta área. A partir da cadeia de valor do audiovisual permitiu que a comunidade aproveitasse potencialidades próprias, bem como desenvolvesse competências que as permitissem ficar na cidade para trabalhar e comercializar os resultados de seus talentos naturais, ou de suas habilidades adquiridas, gerando a oportunidade de fortalecer a economia e o meio social.



Valparaíso Criativo

Criado em 2016, em Viña Del Mar, província de Valparaíso, no Chile, foi planejado como um programa estratégico público-privado impulsionado pela Corporación de Fomento de la Producción e pela agência do Governo do Chile, visando promover e dinamizar a economia criativa, explorar a vocação criativa, consolidar internacionalmente a cidade como uma Cidade Criativa da UNESCO e criar um ecossistema virtuoso por meio do patrimônio urbano, dos polos produtivos e das universidades (UNESCO, 2019). Atualmente, atua nos setores de audiovisual, arquitetura, soluções tecnológicas e janelas criativas, como festivais, música, design e moda (VALPARAISO CREATIVO, 2022). Destaca-se que o seu foco está na economia criativa em todas as suas vertentes, porém, a música se sobressai entre elas.

Outro aspecto importante deste ambiente de inovação é a presença da tríplice hélice - governo, indústria e universidade - na sua atuação, a partir da união de esforços e da realização de ati-

vidades (UPLA, 2017). Essa integração de atores fortaleceu o distrito criativo, tornando-o um ambiente conhecido mesmo com seus poucos anos de existência. Após a criação do distrito, segundo Barros (2019), a província se tornou uma rota internacional de turismo cultural, o que reforçou o investimento em escolas de música e oficinas artísticas e, diante do objetivo de estabelecer uma colaboração internacional entre os países da América Latina, ampliou o acesso à cultura e música nas escolas públicas e promoveu a criação de políticas públicas relacionadas à cultura.

Valparaíso Criativo começou com a intenção de fomentar a economia criativa no território abrangido, porém, com o passar do tempo, se tornou um motor de aceleração econômica e social de toda a província. Gerou oportunidades a partir da exploração do potencial criativo das pessoas, bem como pela constituição de um ecossistema local voltado para a inovação, a criatividade, o design, a moda e outras áreas da economia criativa, e fortaleceu o turismo cultural por meio da visibilidade das ações que acontecem no território. ●



BARROS, F. Mediciones de impacto: Un cambio de paradigma para la cultura. Fanear Labs, 2019. Disponível em: <http://labs.fanear.com/index.php/mediciones-de-impacto-un-cambio-de-paradigma-para-la-cultura/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

BATISTA, R. África Do Sul: Maboneng, o Mais Vibrante Bairro de Joanesburgo. Born Freee, 2020. Disponível em: <https://bornfreee.com/africa-do-sul-mabonengvibrante-bairro-joanesburgo/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

BOTERO, E. P. Perpetuo Socorro, el ADN de Medellín. Agência de Notícias UPB - Medellín, 2020. Disponível em: <https://www.upb.edu.co/es/noticias/perpetuosocorro-adn-medellin>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

Buenos Aires Ciudad. Benefícios. Buenos Aires Ciudad, 2022. Disponível em: <https://www.buenosaires.gov.ar/distritoseconomicos/distrito-audiovisual/beneficios-para-empresas>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

CASTAÑEDA, R. Medellín es epicentro de la economía creativa. El Colombiano, 2020. Disponível em: <https://www.elcolombiano.com/cultura/gfacct-lanzamiento-yprogramacion-MB14043285>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

COMFAMA. Perpetuo Socorro: de no lugar a distrito para crear. Comfama, 2020. Disponível em: <https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/emprendimiento/perpetuo-socorro-distrito-creativo/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

CREATIVE DISTRICT. History; Community. Creative District, 2022. Disponível em:

<https://www.creativedistrictbangkok.com/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

DAVID, R. Un barrio lleno de talleres mecánicos será el centro cultural de Medellín. El Tiempo, 2021. Disponível em: <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/medellin-distrito-creativo-perpetuo-socorro-632929>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

FERNÁNDEZ, D. By people / In cities | Bangrak – Klonsan Creative District | Bangkok. Culture 360, 2016. Disponível em: <https://culture360.asef.org/magazine/peoples-cities-bangrak-klonsan-creative-district-bangkk/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

LA CHACRITA ONLINE. El Predio de Dorrego y El Distrito Audiovisual (Comuna 15). La Chacrita Online, 2013. Disponível em: <http://www.lachacritaonline.com.ar/el-predio-de-dorrego-y-el-distrito-audiovisual-comuna-15.html>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

MADRIGALI, M. 798 Art District: a fábrica de arte chinesa. China Link Trading, 2017. Disponível em: <https://www.chinalinktrading.com/blog/798-art-district-fabrica-de-arte-chinesa/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

MARTINS, R. O colorido e criativo Maboneng. Territórios, 2022. Disponível em: <https://territorios.com.br/o-colorido-e-criativo-maboneng/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

MENDES, A. A. O distrito audiovisual em Buenos Aires (Argentina): criatividade e desenvolvimento territorial. Revista Brasileira de Geografia Econômica, v. 8, ano 4, n. 8. 2016.

MY ART GUIDES. 798 Art District. My Art Guides, 2019. Disponível em: <https://myartguides.com/artspaces/non-profit/beijing/798-art-district/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

PHILIP, M. A Brief Guide to Bangkok's Creative District. Discover Walks Blog, 2021. Disponível em: <https://www.discoverwalks.com/blog/a-brief-guide-to-bangkoks-creative-district/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

ROGERSON, C.; ROGERSON, J. Creative Districts in the Global South: Maboneng Precinct, Innercity Johannesburg. In: MARQUES, L.; RICHARDS, C. Creative Districts Around the World: Celebrating the 500th Anniversary of Bairro Alto. Breda: NHTV, 2014, p. 149-153.

SASAKI. A former weapons manufacturing district comes alive as a dynamic arts hub. Sasaki, 2022. Disponível em: <https://www.sasaki.com/projects/798-artsdistrict-vision-plan/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

SMITH, T. The Best Things To Do in Beijing's 798 Art District. Culture Trip, 2019. Disponível em: <https://theculturetrip.com/asia/china/articles/the-top-10-things-to-do-and-see-in-798-arts-district-beijing/>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

SOUTH ÁFRICA. Cidade Agitada: Maboneng – Joanesburgo. South Africa, 2022. Disponível em: <https://www.southafrica.net/br/pt/travel/article/mabonengjoanesburgo>. Acesso em: 25 de Ago. de 2022.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse, 2022. 243p.

THOMASZ, A. G. 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, Buenos Aires, v. 42, n. 126, p. 145-167, 2016.

UNESCO. Valparaíso. UNESCO, 2029. Disponível em: <https://en.unesco.org/creativecities/valparaiso/>. Acesso em: 25 de Out. de 2022.

UPLA. Aprueban conformación de la Corporación Valparaíso Creativo. Universidad de Playa Ancha, 2017. Disponível em: <https://www.upla.cl/noticias/2017/09/08/aprueban-conformacion-de-la-corporacion-valparaiso-creativo/>. Acesso em: 25 de Out. de 2022.

VALPARAISO CREATIVO. Site Oficial. Valparaíso Creativo, 2022. Disponível em: <https://www.valparaisocreativo.cl/>. Acesso em: 25 de Out. de 2022.



CASES DISTRITOS CRIATIVOS

Case: Bronx Distrito Criativo



Por Juliana Duarte Ferreira

Dentre os diversos distritos criativos existentes na América, alguns se destacam dos demais, seja pelo tempo de existência, pelas atividades desenvolvidas, pelos resultados gerados ou pelo reconhecimento internacional.

Dentre os diversos distritos criativos existentes na América, alguns se destacam dos demais, seja pelo tempo de existência, pelas atividades desenvolvidas, pelos resultados gerados ou pelo

reconhecimento internacional. O *Bronx Distrito Criativo* é um destes casos de destaque, tendo em vista que, mesmo possuindo uma história recente, transformou um território abandonado e

deteriorado da cidade de Bogotá, na Colômbia, em um motor local de desenvolvimento. Conforme exposto pela Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA, 2019), o Bronx Distrito Creativo é o exemplo perfeito de uma Bogotá que se transforma a partir de um de seus grandes pontos fortes: a criatividade.

De acordo com Fuga (2019), a criação do distrito, em 2018, foi uma aposta liderada pelo Prefeito de Bogotá e pela Fundação Gilberto Alzate Avendaño, visando tornar o centro de Bogotá um polo de desenvolvimento econômico, social e cultural e um epicentro do diálogo do conhecimento, colocado a serviço da convivência, da inovação, do empreendedorismo, da cultura cidadã e do de-

envolvimento sustentável. Antes, a área ocupada atualmente era o maior ponto de distribuição de drogas de Bogotá e com a criação do distrito criativo visou-se transformar este território altamente degradado e deteriorado em um espaço de coesão social, com foco na reconstrução do tecido social, na transformação urbana, na formação, no empreendedorismo e no compromisso com os setores produtivos de alto crescimento (CIDEU, 2020).

Desde o início do processo de transformação do território, o Bronx vem reunindo as seguintes características e atributos promovidos pela Administração Distrital para a cidade: uma cidade que cuida de todas as formas de vida, onde se pode



Foto: Site do Bronx Distrito Creativo (2022)

viver sem medo; uma cidade solidária e inclusiva, com oportunidades para que todos possam desenvolver capacidades e realizar sonhos; uma cidade sustentável, que protege o meio ambiente e cuida das gerações futuras; uma cidade com cidadãos conscientes da capacidade de aprender, mudar, transformar, exercer direitos e deveres, construir confiança, fazer acordos e conviver em paz; e uma cidade consciente, em que todos constroem, publicamente, um cenário de benefício coletivo (BDC, 2022). Ou seja, os eixos norteadores do projeto de criação deste distrito criativo basearam-se nas características de Bogotá e são resumidos em cultura, criatividade, empreendedorismo e desenvolvimento econômico.

Diante desses aspectos, as contribuições estratégicas deste distrito criativo para a cidade de Bogotá, mais especificamente para o território abrangido, baseiam-se em quatro aspectos principais: gerar oportunidades para a reativação produtiva e sustentabilidade dos processos associados à economia criativa e cultural; contribuir para a recuperação e revitalização do patrimônio material e do patrimônio natural; apoiar o ecossistema cultural e criativo, em inovação, trabalho colaborativo e empreendedorismo; e promover a inclusão social, fortalecer o tecido social e a convivência, gerando oportunidades para comunidades vulneráveis que estão localizadas em seu ambiente (CIDEU, 2020).

Desde sua projeção, o Bronx Distrito Criativo buscou reunir os diferentes setores das indústrias criativas e se tornar um novo espaço cultural para a cidade, isto é, um lugar onde as artes, a cultura e o empreendedorismo são os eixos da transformação do espaço (FUGA, 2019). Como resultado, de acordo com Cideu (2020), os principais beneficiários do distrito são os atores do ecossistema cultural e criativo dos três bairros do centro de Bogotá (Candelária, Santa Fé e Mártires) e seus mais de duzentos mil habitantes,



Os distritos criativos se tornaram um dos motores econômicos mais importantes para as cidades ao redor do mundo. O Bronx Creative District é um marco importante na transformação de Bogotá, que irá melhorar a vida dos cidadãos de Bogotá nas próximas gerações.”

Amanda Burden, associada do Bronx Distrito Criativo, em comentário para a publicação de FUGA (2019). Tradução nossa.

bem como uma população flutuante de mais de dois milhões de pessoas. Diferentes canais foram criados para dialogar com artistas, gestores, comerciantes e grupos ligados à cultura, para que estes vejam os benefícios gerados pelo distrito criativo (BDC, 2022).

Portanto, a missão deste distrito criativo está em ser um espaço de desenvolvimento de iniciativas produtivas, propício ao nascimento de dinâmicas de consumo, e um ambiente cultural de



[O Bronx] é um lugar ideal para desenvolver trabalhos de design, manuais e criativos. Um encontro de criação colaborativa, onde artesãos, designers, empreendedores, artistas e criadores compartilham um espaço. [...] Não é apenas como transformamos o território, mas sim como o reconhecemos.”

Margarita Díaz Casas

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2933WRY-pQw>>. Tradução nossa. publicação de FUGA (2019). Tradução nossa.

inclusão e harmonia com o meio ambiente, através do apoio a empresários e empresas do setor criativo e cultural (BDC, 2022). Na visão de Rojas (2021), o Bronx renasceu o centro de Bogotá com um bairro criativo aberto à inspiração dos cidadãos e disposto a promover o trabalho de gestores, artistas e comerciantes, com a intenção de construir uma visão de conexão com o espaço, a memória e a riqueza do território. ●



Margarita Díaz Casas

Diretora Geral da Fundação Gilberto Alzate Avendaño - Bronx Distrito Creativo, em comentário no I Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável.

Referências:

BDC. Qué es el Bronx Distrito Creativo. Bronx Distrito Creativo, 2022. Disponível em: <https://bronxdistritocreativo.gov.co/>. Acesso em: 23 de Ago de 2022.

CIDEU. Bronx Distrito Creativo. CIDEU, 2020. Disponível em: <https://www.cideu.org/proyecto/bronx-distrito-creativo/>. Acesso em: 23 de Ago de 2022.

FUGA. Bronx Distrito Creativo. Fuga, 2019. Disponível em: https://fuga.gov.co/sites/default/files/2022-08/click_bronx_distrito_creativo_web-f.pdf. Acesso em: 23 de Ago de 2022.

ROJAS, A. R. Conmemoración de los cinco años de la intervención del Bronx en Bogotá. Bogotá, 2021. Disponível em: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/cinco-anos-de-la-intervencion-del-bronx-en-bogota>. Acesso em: 24 de Ago de 2022.

VIA ESTAÇÃO CONHECIMENTO. Encontro Internacional de Territórios Criativos - Margarita Díaz Casas. YouTube, 30 de Março de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2933WRY-pQw>. Acesso em: 24 de Ago. de 2022.



ARTIGO ADAPTADO

O papel dos intermediários criativos na África



Por Danisson Reis

Artigo adaptado de:

Comunian, R., Hrac, B. J., & England, L. Understanding and Supporting Creative Economies in Africa: Education, Networks and Policy: A policy report. King's College, London, 2021. Disponível em <[https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/understanding-and-supporting-creative-economies-in-africa-education-networks-and-policy\(22739e6b-df87-4e56-ab0b-cea4f08d4566\).html](https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/understanding-and-supporting-creative-economies-in-africa-education-networks-and-policy(22739e6b-df87-4e56-ab0b-cea4f08d4566).html)>

O trabalho aqui adaptado foi fruto de uma pesquisa internacional de dois anos fomentada pelo Arts & Humanities Research Council, fundo que encoraja pesquisas que buscam entender a contribuição das artes e das humanidades para o desenvolvimento internacional, principalmente, utilizando os objetivos do desenvolvimento sustentável da Agenda 2030.

O objetivo da pesquisa foi prover uma plataforma de discussão entre acadêmicos, artistas, intermediários criativos e poder público local. A revisão de literatura para a pesquisa identificou 05 dimensões chaves, sendo que o artigo adaptado é baseado na quinta dimensão chave que abarca os intermediários criativos:

- O papel da educação superior nas economias criativas africanas;
- O papel das políticas públicas para as economias criativas;
- Trabalhadores criativos, coworking e habilidades;

- Comunidades criativas, clusters e agendas de desenvolvimento;
- O papel dos intermediários criativos: redes e suporte.

A economia criativa é vista por muitos como uma ferramenta para o desenvolvimento da África. Porém, esse potencial de intervenção pode remeter a falhas devido ao uso, sem adaptações, de frameworks e metodologias já empregadas em países desenvolvidos.

Devido a este ponto, é necessário entender que a economia criativa não é monolítica, sendo adaptada a realidade de cada região, bem como ao universo de empreendimentos que está abaixo deste “guarda-chuva”, assim, sendo necessário, o uso do termo “economias criativas” para configurar todas essas vivências.

Diante deste preâmbulo, configurou-se uma pesquisa cujo um dos objetivos é entender como estas diversas economias criativas podem gerar valor econômico, cultural, social, educacional e psíquico na África, precisamente, pela ótica dos intermediários criativos.

Compreender toda a África e todas as suas diferenças culturais e sociais é um grande desafio, portanto, a pesquisa concentrou-se em um espaço amostral de três países: Nigéria, África do sul e Quênia. Logo, foram conduzidos 25 focus groups, 44 entrevistas e 145 pesquisas online, no período de abril a setembro de 2019, onde foram colhidos dados massivos sobre os intermediários criativos e seu papel dentro destas economias criativas.

Entende-se como intermediários criativos, os indivíduos ou organizações que facilitam o crescimento e o desenvolvimento de criativos(as) e/ou indústrias criativas e/ou projetos destes.

São os intermediários criativos que provêm aces-

so à informação, a habilidades, recursos e redes de contatos, auxiliam nos objetivos de empreendimentos criativos, podem levar educação artística e cultural a jovens e crianças, e possibilitam que produtos criativos/culturais cheguem ao mercado/audiência.

A partir dos dados coletados, constatou-se que os intermediários criativos são fundamentais para o desenvolvimento das economias criativas africanas devido a alguns fatores cruciais, tais como:

- Ausência de políticas públicas ou instituições de apoio cultural em muitos países do continente, assim os intermediários preenchem este vácuo institucional;
- Quando há políticas públicas, elas possuem uma capacidade limitada e pouco poder de fomento;
- O aumento de uso de tecnologias digitais que permitem uma maior conexão entre intermediários e os criativos;
- O alto grau de informalidade nas indústrias criativas e culturais africanas, onde os intermediários auxiliam na resolução desta questão.

Entre os principais serviços ofertados pelos intermediários criativos na África, foram destacados:

- Treinamento empresarial e aprimoramento de habilidades;
- Orientações empresariais, principalmente no que tange ao acesso a mercados;
- Networking e oportunidades de parceria, como, por exemplo, festivais, atividades colaborativas;
- Provimento de espaços e infraestruturas, incluindo aqui a presença de habitats de ino-

vação, como, incubadoras de empresas, coworkings e espaços makers;

- Fomento financeiro.

A pesquisa também permitiu a descoberta de achados significativos sobre como potencializar as economias criativas no continente africano:

- Primeiramente, a importância da educação superior como instrumento para o desenvolvimento de habilidades criativas, como uma forma de mostrar os caminhos para internacionalizar os produtos criativos e culturais, e, principalmente, como o ponto de intersecção entre as economias criativas, as políticas públicas, o desenvolvimento local e a juventude;
- Em segundo lugar, a importância dos intermediários criativos como pontos de conexão da força de trabalho criativa, visando a união de agendas em prol das economias criativas com impacto social positivo. Ou seja, a figura do intermediário criativo como conector dos desenvolvimentos criativo e cultural, social e econômico;
- Por fim, a necessidade de criação de políticas públicas nacionais que fomentem todas a extensão das cadeias de valor das indústrias criativas e culturais.

Dessa maneira, o estudo finaliza propondo as cinco pedras angulares para as futuras políticas públicas com foco no desenvolvimento das economias criativas, que podem ser visualizadas na imagem 4. ●

A conexão do Ensino Superior e as economias criativas



foto: Comunian, Hracs e England (2021)

O intermediário criativo como conexão de diferentes agendas de desenvolvimento.



foto: Comunian, Hracs e England (2021)

As pedras angulares para o desenvolvimento de políticas públicas para as economias criativas.

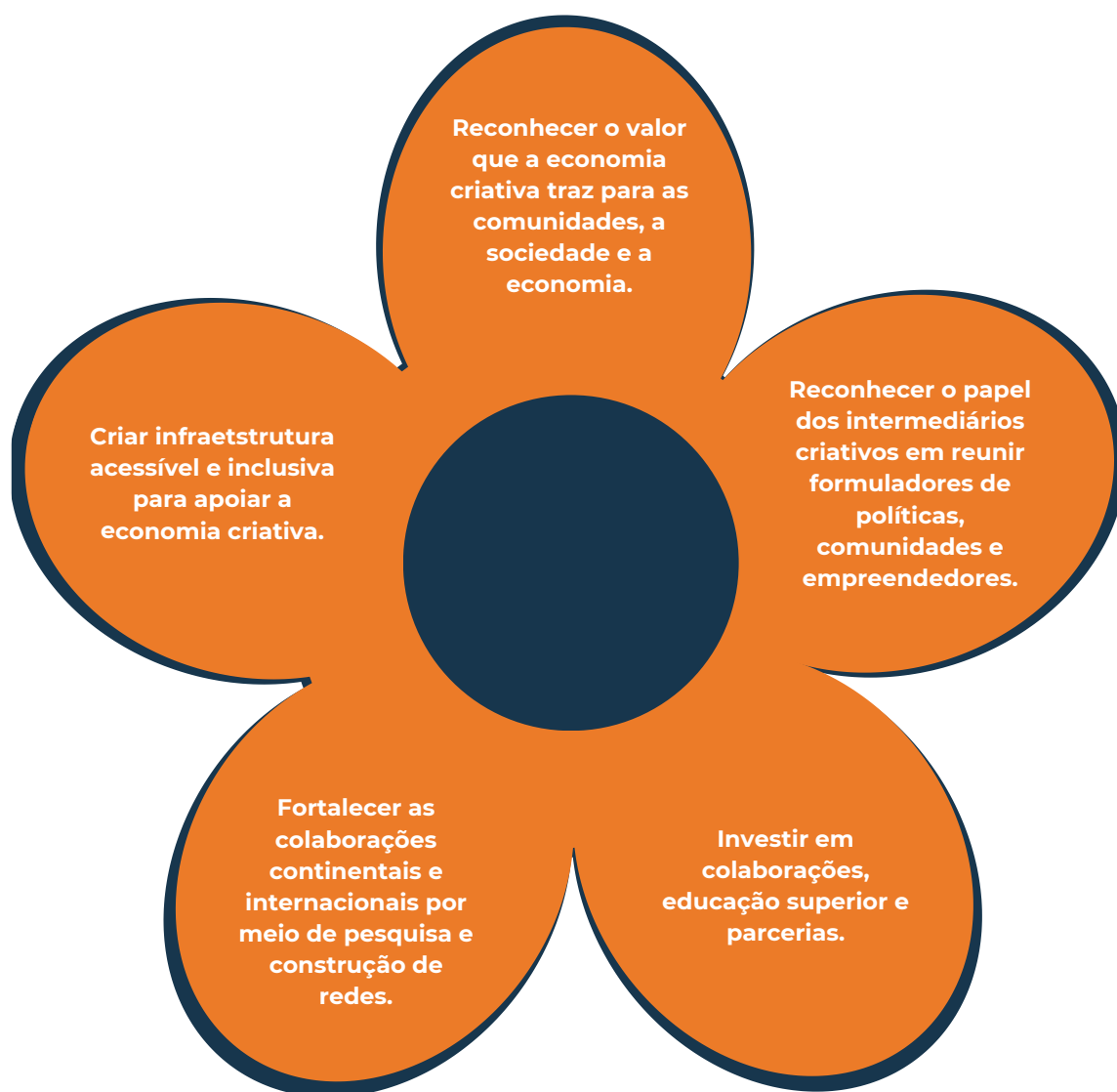


foto: Comunian, Hracs e England (2021)



A ECONOMIA LARANJA DA AMÉRICA LATINA

Colômbia e as Áreas de Desarrollo Naranja



Por Danisson Reis

Definir exatamente o que é a economia criativa e quais são os setores que fazem parte desta é um grande desafio. Há presente na literatura algumas pequenas variações e discordâncias a como denominar parte da economia que é movida pela criatividade (FIRJAN, 2022).

Devido a este conjunto de possibilidades de nomenclatura, em 2013 surge o termo ECONOMIA LARANJA, cunhado por Restrepo e Márquez (2013), denominado o aspecto das indústrias culturais e criativas presentes na América Latina e

no Caribe. Alguns países dessas regiões criaram estratégias para desenvolver a economia local baseada na perspectiva criativa e cultural da Economia Laranja, em especial, tem-se a Colômbia, que por meio do seu ministério da cultura, pro-

curou definir toda uma estratégia de desenvolvimento territorial. Surgindo assim, as áreas de desarrollo naranja (ECONOMÍA NARANJA, 2022).

Para o governo colombiano, economia laranja compreende um modelo de desenvolvimento em que a diversidade cultural e a criatividade são fundamentais na transformação social e econômica de um dado território (ECONOMÍA NARANJA, 2022). Para tal, há ferramentas focadas no desenvolvimento cultural, social e econômico.

Uma das primeiras estratégias do governo colombiano, foi a criação do Conselho Nacional da Economia Laranja (CNEN), regulamentado por meio do Decreto 0935, de 18 de outubro de 2018, sendo um órgão consultivo ao Governo Nacional, encarregado de formular as diretrizes gerais da política e coordenar as ações interinstitucionais necessárias para a promoção, defesa, divulgação e desenvolvimento da economia laranja.

Setores da Economia Naranja

Artes visuais	Pintura, escultura, video arte, fotografia e performance.
Artes cênicas	Concertos, opera, circo, orquestras, dança e teatro.
Turismo e patrimônio cultural	Museus, cozinhas artesanais, artesanato, parques, festivais.
Educação	Formações em artes, patrimônio, práticas artísticas, gestão e empreendedorismo cultural.
Gastronomia	Cozinhas e bebidas alcoólicas tradicionais.
Artesanato	Indígena, tradicional e contemporânea.
Meios digitais	Jogos, conteúdos interativos, plataformas digitais, softwares, Apps e animação, agências de notícias e serviços de informação.
Design	Interiores, artes gráficas, joalheria, brinquedos, produtos, arquitetura, moda e mobiliário.
Publicidade	Serviços de assessoria, serviços criativos, produção de material publicitário, campanhas de marketing, serviços publicitários.
Editorial	Livrarias, livros, revistas, periódicos e literatura.
Fonográfica	Música gravada.
Audiovisual	Cinema, TV, vídeo e rádio.

foto: ECONOMÍA NARANJA, 2022



foto: ECONOMÍA NARANJA, 2022

Em 2019 e 2020, vieram as leis que criaram e regulamentaram as ADNs (Áreas de Desarrollo Naranja). As ADNs são espaços geográficos delimitados e reconhecidos por meio de políticas territoriais com o objetivo de integrar artistas, criadores, empresários, infraestruturas e equipamentos culturais, dessa forma, consolidando em uma mesma região toda a cadeia de valor dos setores criativos e culturais.

Além do objetivo descrito anteriormente, as ADNs recuperam o tecido social por meio dos pilares da sustentabilidade, geram empregos criativos, atraindo empreendimentos culturais e criativos para o território (ECONOMÍA NARANJA, 2022). Cases de sucesso colombianos no que tange a distritos criativos agora também fazem parte desta iniciativa, como, por exemplo, o Bronx e o San Felipe, em Bogotá, criados em 2018; e o

San Ignacio e Perpetuo Socorro DC, criado em 2017, em Medellín (TEIXEIRA, PIQUÉ; FERREIRA, 2022).

Além da regulamentação promovida por meio de políticas públicas, o governo local oferece o passo a passo metodológico a fim de que mais regiões possam desenvolver ADNs, propiciando o “semear” de futuros distritos criativos por todo o país. Atualmente, há na Colômbia 95 ADNs, espalhados por mais de 50 municípios, promovendo o desenvolvimento territorial por meio das indústrias criativas e culturais (ECONOMÍA NARANJA, 2022).

Segundo dados do Ministério da Cultura colombiano acumulados até 2021, 35% dos ADNs declararam que a vocação do território é para o turismo patrimonial e cultural, seguido da gastronomia tradicional (13%), e museus a céu aber-

to e espaços públicos artísticos em seguida (6%). Já em relação ao objetivo das ADNs, 20% declaram que é atrair mais turistas para o território, 17% é promover o empreendedorismo e 16% é preservar os costumes de tradições locais.

Além das ADNs, o governo colombiano conta com outras políticas públicas para o fortalecimento da economia laranja (ECONOMÍA NARANJA, 2022), tais como:

- **Nodos y Mesas:** articulam o encontro entre o setor público, as entidades privadas, a academia e os empreendimentos gerando modelos de governança nos ecossistemas ao redor da economia laranja, fomentando assim o trabalho coletivo e permitindo a criação de estratégias e ações para os setores criativos e culturais. Atualmente, há 34 nodos y mesas em território colombiano.
- **Observatorio de cultura y economia:** nascido ainda em 2011 como iniciativa do grupo de empreendedorismo cultural do Ministério da Cultura. Hoje é um espaço cujo objetivo é construir um think tank para a geração, compilação e disseminação de informações e conhecimento sobre atividades culturais e criativas colombianas, servindo como ferramenta analítica para a tomada de decisões por atores públicos e privados.
- **Sello Colombia CREA:** a fim de marcar o produto cultural colombiano e dar visibilidade ao soft power do país, o governo desenvolveu um selo que pode ser usado por qualquer indústria criativa, e permite a identificação da criatividade da Colômbia em qualquer lugar do planeta.



Referências:

A Colômbia mostra através destas diversas iniciativas, como internalizar a economia criativa em uma política pública que promove o desenvolvimento territorial e sustentável em todos os cantos do país. Fato de que ainda é uma estratégia recente, nos próximos anos, deve-se “colher” os primeiros resultados massivos desta iniciativa revolucionária. ●

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE RIO DE JANEIRO (FIRJAN). Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. 2022. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economiacriativa/pages/Default.aspx>. Acesso em 08 de Ago. de 2022.

RESTREPO, Felipe Buitrago; MÁRQUEZ, Iván Duque. A Economia Laranja: uma oportunidade infinita. BID: Nova Iorque, 2013. Disponível em: <https://publications.iadb.org/pt/economia-laranja-uma-oportunidade-infinita>. Acesso em: fev. 2022.

ECONOMÍA NARANJA. ABC Economía Naranja. Disponível em: <https://economianaranja.gov.co/abc-economia-naranja/>. Acesso em: 02 Ago. 2022.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse, 2022. 243p.

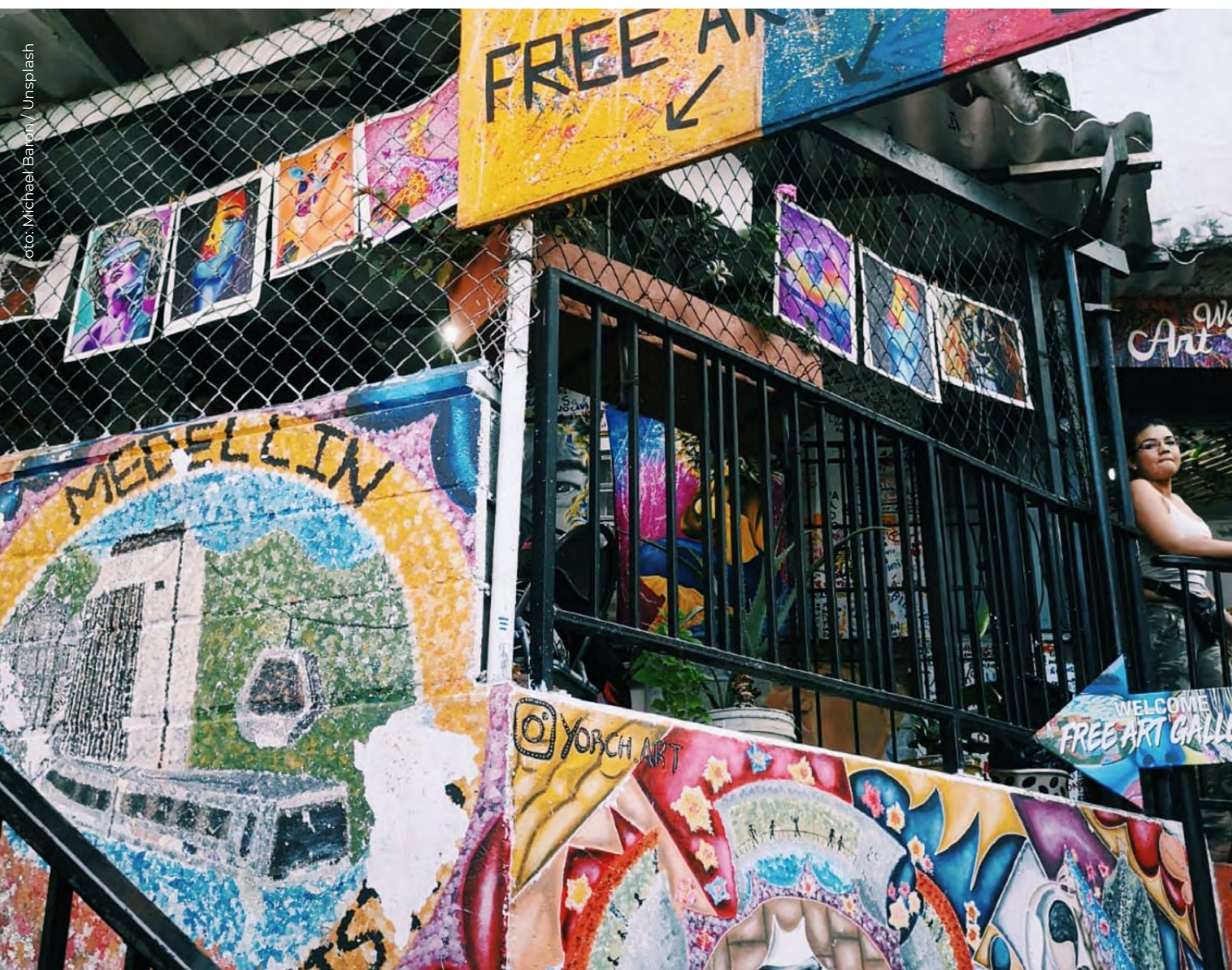




foto: Hynara Versiani | 2022

DISTRITOS CRIATIVOS NO BRASIL: AMBIENTES DE INOVAÇÃO EM ASCENSÃO

Distritos Criativos no Brasil



Por Juliana Duarte Ferreira

Tendo como base a publicação “Volta ao Mundo por meio dos Distritos Criativos” (TEIXEIRA; PIQUÉ; FERREIRA, 2022), existem trinta e dois distritos criativos na América, dentre os quais três estão situados no Brasil. São eles: o Distrito Criativo de Porto Alegre, o Distrito Criativo Passagem e o Distrito Criativo de Vitória.

A seguir, serão expostas as principais características destes ambientes de inovação, importantes para a valorização da história e cultura dos ter-

ritórios, para a ressignificação e valorização dos espaços e para o fomento da economia criativa local.

Distrito Criativo de Porto Alegre

Também conhecido como Distrito C, está localizado na cidade de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul, desde o ano de 2013, se constituindo como o mais antigo e o maior distrito criativo do Brasil. Sua criação partiu de um projeto colaborativo concebido e organizado pela Agência de Design Social e Inovação - UrbsNova, que utiliza uma metodologia bottom up, por meio da qual os indivíduos partem da própria realidade social existente, com o objetivo de privilegiar a construção coletiva. A partir disso, foi criado pela UrbsNova em conjunto com artistas e empreendedores dos bairros Floresta, São Geraldo, Independência e no antigo 4º distrito da cidade, situando-se nesta região.

Conforme exposto por Wikihaus (2017), o olhar inovador e criativo dos idealizadores transformou um dos mais antigos e tradicionais bairros de Porto Alegre, e outros bairros adjacentes, em um polo de inovação social e de novas formas de interação entre artistas, empreendedores e a própria região. Pessoas e instituições envolvidas passaram a trabalhar para divulgar e apoiar economicamente os participantes e valorizar e defender o patrimônio histórico, o patrimônio ambiental e a memória local, tendo em vista que este é um projeto de inovação social, cujo aspecto motivacional está no âmbito econômico, social e urbano de artistas e empreendedores sobre a região (DISTRITO CRIATIVO, 2021).

Destaca-se que entre as ações desenvolvidas pelo distrito criativo estão pesquisas sobre a história, a memória e a arquitetura residencial e industrial da região, bem como a criação e o apoio

Bairros do Distrito C.



foto: Jorge Piqué (2021)

a eventos em espaços públicos (DISTRITO CRIATIVO, 2021). De acordo com a UrbsNova (2022), o Distrito C mantém suas tradições, considerando seu patrimônio cultural, por meio das diferentes atividades, mas também incentiva o desenvolvimento de novas abordagens para ampliar os aspectos criativos. Ainda, pretende-se, em um futuro próximo, desenvolver

uma integração territorial para conciliar os interesses internos e externos de desenvolvimento.

Para isso, três setores fazem parte do distrito criativo, sendo eles: a economia criativa, a partir de artes visuais, literárias e cênicas, design, arquitetura, moda, publicidade e outros; a economia do conhecimento, com a presença de escolas, cursos de arte, produtoras de conteúdo, jornais e revistas; e a economia da experiência, especialmente por meio da gastronomia e do turismo (DISTRITO CRIATIVO, 2021). Segundo o WikiHaus (2017), os principais espaços que contemplam as ruas do bairro são as galerias de arte, os estúdios de design, os escritórios de arquitetura e os espaços gastronômicos. Assim, são cerca de cem participantes, entre artistas e empreendedores, e inúmeros clientes.

Distrito Criativo Passagem

No ano de 2020, o movimento artístico começou a ganhar vida no bairro Passagem de Mariana, situado na cidade de Mariana, estado de Minas Gerais. Porém, foi em maio de 2022 que este bairro passou a ser oficialmente reconhecido como um distrito criativo, por meio da aprovação da Lei 3.570/2022. Conforme ex-



[...] Havia um ecossistema criativo que precisava apenas de projeto e divulgação para que as pessoas começassem a conhecer, a visitar e a fazer com que os negócios que estão ali prosperassem e, ao mesmo tempo, cuidando do território, cuidando do patrimônio histórico, cuidando do patrimônio ambiental. Então, assim, surgiu o distrito criativo como um projeto para criar um coletivo de artistas e empreendedores de economia criativa, a princípio sem nenhuma ajuda governamental, da prefeitura, e que durante estes últimos sete anos tem proposto uma série de iniciativas, atividades e eventos, e que, provavelmente, vai seguir muitos anos pela frente, porque é isso que transforma, de fato, a cidade e não planos que nunca saem do papel.”

Josep Piqué, Presidente da La Salle Technova Barcelona, em entrevista para o programa Estação Conhecimento da TV UFSC, no episódio sobre distritos criativos.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LQzjOTL7hl&t=995s>.

posto por Versiani (2022), esta lei reconhece o potencial da economia criativa de Passagem, ao criar o distrito criativo, bem como institui o “programa de valorização do patrimônio cultural” e o “programa estratégico de desenvolvimento socioeconômico”, sendo que a criação desses programas é reflexo da legitimidade institucional que a lei fornece ao distrito, além de demonstrar que as entidades envolvidas estão determinadas a fazer a região evoluir cada vez mais.

Compreende-se este distrito criativo como uma iniciativa direcionada ao fomento de cultura, educação, economia criativa e empreendedorismo, aspectos fortalecidos por meio de projetos, produtos e serviços criativos. Isso porque, de acordo com Herculano (2022), o Distrito de Passagem de Mariana é um lugar repleto de arte e cultura e a sua potencialidade percorre por diversas expressões artísticas, sendo sede de bandas, corporações musicais, instituições filantrópicas e outros segmentos que valorizam a criatividade. Versiani (2022) concorda ao expor que o local tem um potencial para a economia criativa, abrangendo desde associações musicais e culinária de qualidade a uma associação de caçadores de assombração, bem como zelando pelos bens culturais e criativos do território.

Este distrito criativo objetiva promover e estimular a inovação artística, cultural e econômica, além de avançar o turismo local e gerar melhorias na qualidade de vida dos moradores da região. Conforme Herculano (2022), é um lugar onde a criatividade é o princípio das atividades realizadas e, assim, intensifica-se o incentivo ao desenvolvimento de ações sociais e ao fortalecimento de expressões artístico-culturais. Uma prática que demonstra essa realidade é a valorização da música por parte da comunidade, sendo que a existência de grupos como o Osquindô e o Circo Volante são exemplos relevantes, além



Passagem é um recorte expressivo da arte e da cultura em Mariana. Concentra em seu território um pouco de tudo que a cidade oferece. [...] Articular Passagem como um ‘Distrito Criativo’ é uma forma de investir

Trecho de uma publicação em carrossel no Instagram oficial do distrito criativo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CeQudKeu-AG/>.

do trabalho de bandas de músicas locais (PASSAGEM DE MARIANA, 2022).

Por ser o primeiro distrito criativo do estado de Minas Gerais e um dos poucos do país, Passagem está em uma posição de destaque e também de responsabilidade, sendo um exemplo para as cidades históricas e mineradoras, especialmente por criar novas rotas econômicas e de desenvolvimento local (VERSIANI, 2022). Somado a isso, com centenas de anos de existência e, desde 2020, tendo como foco se tornar um distrito criativo, nos dias atuais é um dos mais importantes locais de Mariana, visto que é uma das localidades da cidade com a maior quantidade de empreendedores e de startups (PASSAGEM DE MARIANA, 2022). Sendo assim, o que mais se encontra nas ruas deste distrito criativo são aspectos históricos e artísticos, natureza e atividades focadas em empreendedorismo.

Distrito Criativo de Vitória

Está localizado na cidade de Vitória, capital do estado do Espírito Santo, e teve suas primeiras atividades registradas como um ambiente de inovação no ano de 2018. Seu objetivo é gerar desenvolvimento com aprendizagem, aumentar as oportunidades de negócio por meio da colaboração e consolidar as características da economia criativa (LOUZADA, 2022). Se constitui como uma rede de organizações que visa fomentar o desenvolvimento dos negócios da economia criativa de Vitória, de diversos territórios, mas em especial do Centro Histórico da cidade (DISTRITO CRIATIVO DE VITÓRIA, 2020).

É no Centro Histórico que estão localizados todos os empreendimentos do distrito criativo, os quais atuam em torno de atividades produtivas criativas, prestam serviços que convergem à economia da cultura, buscam melhorias de apoio ao desenvolvimento local e interação entre si, sendo clientes e fornecedores uns para os outros (LOUZADA, 2022). Nesse sentido, o distrito visa fortalecer as atividades existentes, atrair empreendimentos e engajar parcerias, formando uma rede de apoio às iniciativas do Centro Histórico (LOUZADA, 2022). Os empreendimentos se conectam à criatividade e, ao mesmo tempo, a características históricas e culturais, pois, no Centro Histórico, é possível a realização de passeios com centenas de anos de história (TEIXEIRA, PIQUÊ; FERREIRA, 2022).

Bairros do Distrito Criativo de Vitória.

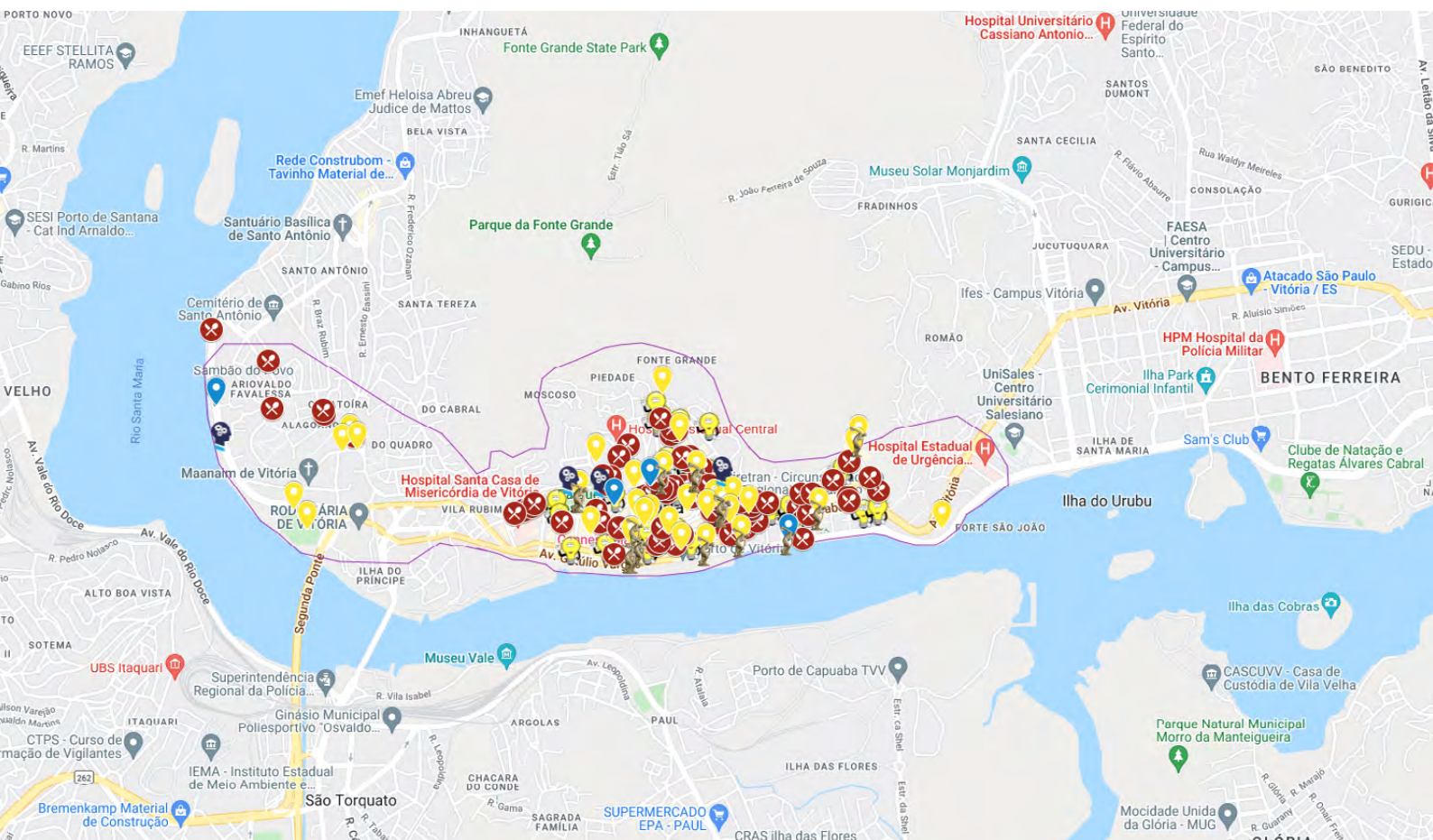


foto: Lorena Louzada (2022)

A diversidade de empreendimentos, produtos e serviços que pode ser encontrada no distrito é grande. Louzada (2022) explica que são realizadas produções de espetáculos, como peças teatrais, musicais, shows e eventos culturais, produções de áudio e vídeo e produções literárias. Também existem ateliês, residências artísticas, projetos de educação patrimonial e artes gráficas, entre outras ações culturais e educacionais, que repassam um conhecimento histórico cultural aos moradores e visitantes, com inovação e qualidade. Diante disso, de acordo com Teixeira, Piqué e Ferreira (2022), se percebe que este distrito criativo foi criado visando a valorização da cultura e da história local, especialmente do Centro Histórico de Vitória, e representa um importante exemplo no que trata a respeito do patrimônio cultural e material de um território. ●



Somos uma rede de organizações com objetivo principal de fomentar o desenvolvimento dos negócios da economia criativa.”

Trecho de uma publicação em carrossel no Instagram oficial do distrito criativo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CeQudKeu-AG/>.

Referências:

DISTRITO CRIATIVO. Introdução ao Distrito Criativo de Porto Alegre. Distrito Criativo, 2022. Disponível em: <https://distritocriativo.wordpress.com/intro/>. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.

DISTRITO CRIATIVO PASSAGEM. Publicação em destaque. Instagram, 01 de Junho de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CeQudKeu-AG/>. Acesso em: 08 de Fev. de 2023.

HERCULANO, D. Passagem de Mariana é instituído primeiro Distrito Criativo. Prefeitura de Mariana, 2022. Disponível em: <https://www.mariana.mg.gov.br/noticia/7113/passagem-de-mariana-e-instituido-primeiro-distrito-criativo>. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.

LOUZADA, L. Dúvida sobre o Distrito Criativo de Vitória [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lorena.vervloet@secult.es.gov.br> em 17 de Mar. de 2022.

PASSAGEM DE MARIANA. A História de Passagem de Mariana. Passagem de Mariana, 2022. Disponível em: <https://www.passagemdemariana.com.br/ahistoria-de-passagem-de-mariana/>. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse, 2022. 243p.

TV UFSC. Estação Conhecimento | Distritos Criativos. YouTube, 14 de Junho de 2022. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=LQzjOT_L7hI&t=995s. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.

URBSNOVA. Afinal, o que é o Distrito C. UrbsNova, 2022. Disponível em: <https://urbsnova.wordpress.com/2015/01/11/afinal-o-que-e-o-distrito-c/>. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.

VERSIANI, H. Reconhecida por lei: Passagem de Mariana é o primeiro Distrito Criativo de Minas Gerais. Lamparina, 2022. Disponível em: <https://sites.ufop.br/lamparina/blog/reconhecida-por-lei-passagem-de-mariana-%C3%A9-o-primeiro-distrito-criativo-de-minas#:~:text=Minas%20Gerais%20%7C%20Lamparina-,Reconhecida%20por%20lei%3A%20Passagem%20de%20Mariana%20%20%C3%A9%20o,Distrito%20Criativo%20de%20Minas%20Gerais&text=A%20Lei%20n%C2%BA%203.570%2C%20aprovada,d%20Estado%20de%20Minas%20Gerais>. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.

WIKIHAUS. Um passeio pelo Distrito C no bairro Floresta. Wikihaus, 2017. Disponível em: <https://wikihaus.com.br/blog/um-passeio-pelo-distrito-c-no-bairro-floresta/>. Acesso em: 23 de Ago. de 2022.



SAIBA MAIS SOBRE O LIVRO “VOLTA AO MUNDO POR MEIO DOS DISTRITOS CRIATIVOS

Livro: Apresentação dos Distritos Criativos no Mundo



Por Juliana Duarte Ferreira

O livro **“Volta ao Mundo por meio dos Distritos Criativos”**, publicado em formato digital, é resultante da parceria entre o Grupo VIA Estação Conhecimento e a Agência de Design Social e Inovação - UrbsNova e teve como objetivo apresentar distritos criativos existentes em todo o mundo.

A intenção desta publicação foi celebrar o “I Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável”, ocorrido em 2021, e o “Dia Mundial da Criatividade e Inova-

ção”, celebrado em 21 de Abril.

Diante deste objetivo, o livro abordou os casos de sessenta e três distritos criativos existentes no mundo, que foram mapeados pelo viés de dis-

tritos criativos que possuíam presença digital e foram constituídos até o ano de 2021. Portanto, apresentaram-se trinta e dois distritos criativos situados na América, vinte e dois na Europa, seis na Ásia, dois na Oceania e um na África. Ressalta-se que a maioria desses ambientes de inovação começou a ser criada na década de 2000, entre os anos de 2007 e 2009 principalmente, após isso, houve uma ascensão de criação na década de 2010, com destaque para o ano de 2018 quando foram criados seis distritos criativos, e atualmente estes ambientes de inovação continuam surgindo em várias partes do mundo.

Cada um dos distritos criativos foi exposto a partir de suas características principais, dentre as quais estão a história de criação, o ano de fundação, a localização, os fundadores, as organizações envolvidas, as atividades realizadas, o público alcançado, os setores e atividades abrangidos,

os eventos realizados, as premiações recebidas, dentre diversas outras informações. Em determinados casos, especialmente de distritos criativos que possuem maior tempo de história e atuação, também foram apresentadas outras peculiaridades, como os impactos gerados no território e as pretensões futuras, por exemplo. Pode-se afirmar que este é um livro rico em conteúdo e que nos faz conhecer diversas partes do mundo a partir de uma leitura dinâmica e de fácil compreensão.

No fechamento do livro, de forma sintetizada, foram reforçadas características observadas em comum entre os distritos criativos e os resultados principais dos mesmos. Percebeu-se que, em sua maioria, os distritos criativos refletem evoluções históricas e culturais das sociedades, ao mesmo tempo em que impactam e transformam as localidades nas quais estão inseridos.

Mapa mundial dos distritos criativos



foto: Clarissa Stefani Teixeira, Jorge Piqué e Juliana Duarte Ferreira (2022). Acesso: https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1ZsViedvC1o4fJm_vXshFRuVoDJaEb3xi&ll=-3.81666561775622e-14%2C155.51997004999998&z=1

São ambientes que fortalecem o crescimento econômico, social, cultural e criativo das comunidades, as quais encontram nos distritos criativos espaços de compartilhamento e disseminação de conhecimentos, ideias, trabalhos e gostos em comum.

Uma das motivações para a criação deste livro, além das já citadas, foi difundir o conhecimento referente à temática dos distritos criativos entre as pessoas. Visou-se atingir um público o mais amplo possível, a partir de um conteúdo de qualidade e que compilasse os diferentes cases em um só material. Diante disso, este livro foi lançado no site do VIA Estação Conhecimento e também contou com um lançamento oficial presencial. O palco para o lançamento foi o “Conecta Distrito”, um evento do Distrito Criativo Centro-Gare, localizado na cidade de Santa Maria, estado do Rio Grande do Sul, cujo objetivo foi promover reflexões, ideações, debates e conexões entre os participantes. ●

E-book “Volta ao Mundo por meio dos Distritos Criativos”



foto: Clarissa Stefani Teixeira, Jorge Piqué e Juliana Duarte Ferreira (2022)

Muitas semelhanças podem ser encontradas entre eles, por exemplo, sua relação com territórios desindustrializados e precarizados, mas cada um tem sua particularidade, alguns ocupam poucas quadras ou uma rua, outros, têm quase quinhentos hectares. Uns têm décadas de existência, outros estavam ainda em formação, em 2021. Alguns são fruto da capacidade de auto-organização de uma comunidade artística, outros são completamente top down, resultado de uma visão política contemporânea, que busca novas oportunidades de desenvolvimento econômico. Todas essas diferenças, sua unidade essencial e sua visão de mundo compartilhada poderão ser encontradas ao longo deste livro.”

Amanda Burden, associada do Bronx Distrito Criativo, em comentário para a publicação de FUGA (2019). Tradução nossa.



ECONOMIA CRIATIVA

Florianópolis e a Economia Criativa



Por Danisson Reis

A participação da economia criativa no PIB (produto interno bruto) brasileiro tem crescido como demonstrado pelo último Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2022)

As indústrias criativas e culturais têm uma relação intrínseca com a economia florianopolitana, além de criar uma iconografia cultural singular no sul do país, em sua grande maioria, derivada da colonização açoriana e portuguesa.

O patrimônio histórico desta época, somado aos elementos do folclore luso-açoriano, em conjunto com as paisagens naturais ímpares, projetaram uma identidade ligada ao mistério, ao encantamento, ao fantástico, à bruxaria. Tanto que a partir do anos 1980, o apelido “Ilha da Magia”



foto: Reprodução do Livro “O fantástico na Ilha de Santa Catarina” de Franklin Cascaes (2015)

ganha a publicidade e a mídia, e a simbologia do misticismo ocupa a iconografia em diversos pontos da capital catarinense (MICHELMANN, 2015).

Apesar da difusão da nomenclatura Ilha da Magia, outro termo tem ganhado força na mídia turística, Floripa: Cidade Criativa, alcunha elevada e estampada em alguns pontos da cidade, após Florianópolis ter se tornado uma cidade criativa UNESCO no campo da gastronomia.

Floripa: cidade criativa Unesco

A candidatura de Florianópolis a cidade criativa UNESCO foi idealizada por uma série de instituições, entre estas: FloripAmanhã, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), Faculdades de Ensino em Turismo da ASSESC, Floripa

Convention & Visitors Bureau, o Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a Secretaria de Turismo da Prefeitura Municipal de Florianópolis (SETURPMF) e o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (SHRBS) de Florianópolis (TISCHER; TAROUCO, 2022).

Na candidatura, o cultivo local de ostras ganhou destaque já que Florianópolis possui excelentes condições para a ostreicultura, mas demorou a explorar esse potencial (ASHTON et al., 2018). Inclusive, o estudo destacou a importância de algumas regiões que comercializam diretamente com os consumidores. Outro ponto de destaque é a presença de uma gastronomia “típica”, a partir de elementos indígenas e luso açorianos (TISCHER; TAROUCO, 2022).

Em 2014, Florianópolis passou a integrar o seleto grupo de cidades criativas UNESCO no campo da Gastronomia, assim como as colegas Paraty/



FLORIANÓPOLIS city of gastronomy

<https://floripamanha.org/wp-content/uploads/2022/09/selo-gastro.pdf>

RJ, Belém/PA e Belo Horizonte/MG. Floripa conta hoje com 05 rotas gastronômicas:

- Rota Gastronômica da Lagoa da Conceição, concentrada na famosa Avenida das Rendeiras;
- Rota Gastronômica Ponta Norte, que compreende os bairros de Cachoeira de Bom Jesus, Ponta das Canas, Lagoinha do Norte e Praia Brava;
- Rota Gastronômica de Coqueiros, situada na

avenida principal do bairro homônimo;

- Rota Gastronômica do Sol Poente, que passa os bairros de Cacupé, Santo Antônio de Lisboa e Sambaqui;
- Rota Gastronômica do Ribeirão da Ilha, situada no centro histórico da localidade homônima.

Patrimônios culturais da cidade

A colonização açoriana e portuguesa deixou profundas marcas culturais na cidade, criando um conjunto de expressões culturais e de patrimônios históricos que atraem turistas e transeuntes a fim de conhecê-los.

Entre estas expressões culturais, destaque para aquelas que foram tombadas como patrimô-



foto: UNSPLAH

nio imaterial de Santa Catarina (FUNDAÇÃO FRANKLIN CASCAES, 2022; FCC, 2010a):

Procissão do Senhor Jesus dos Passos: mais antiga manifestação religiosa de Santa Catarina, sendo realizada desde 1766. É composta por rituais simbólicos que rememoram o trajeto percorrido por Jesus Cristo desde sua condenação à morte até o seu sepultamento, após ter sido crucificado no Calvário.

Festa do Divino Espírito Santo: criada em 1775 e realizada anualmente desde então, a celebração reflete as tradições culturais açorianas. A Festa acontece durante o Pentecostes, cuja data mais relevante se dá exatamente 50 dias depois do domingo de Páscoa e a sete dias do ato litúrgico da Ascensão de Jesus.

Terno de Reis: de origem portuguesa, representa a história dos reis magos indo ao encontro do menino Jesus. Esses grupos percorrem as casas de suas comunidades desde o dia 25 de dezembro até a véspera do dia 6 de janeiro,

data em que se comemora o Dia de Reis.

Pesca artesanal da tainha: apesar da prática acontecer em diversas praias da ilha, em Florianópolis, o registro de patrimônio imaterial foi concedido para a pesca que acontece na Praia do Campeche, fruto da parceria entre o IFSC/Continente e a Associação dos Pescadores Artesanais.

Boi de mamão: é uma dança folclórica de rua mais cultivada de Florianópolis, repleto de música e cantigas, que ocorre entre junho, julho e agosto, tendo como tema a morte e ressurreição do boi. Um chamador comanda a apresentação cantando versos improvisados, e convida as diversas figuras presentes no folguedo a entrarem na roda, dançando e cantando. O boi, principal personagem, em dado momento morre para depois reviver. Outras figuras presentes no folguedo são o Cavalinho, o Mateus, o Vaqueiro, a Cabrinha, o Urso, a Bernunça, a Maricota, o Cachorro, o Macaco, o Marimbondado, o médico,



o benzedor, entre outras figuras a depender do grupo que esteja se apresentando.

Além de um patrimônio imaterial rico, a cidade também possui diversos monumentos tombados, construindo espaços únicos que interseccionam o passado e o presente, e atraindo visitantes. Segundo a FCC (2010b), esses espaços são:

Bairro Centro:

- Museu Histórico de Santa Catarina - Palácio Cruz e Sousa
- Museu do Saneamento - Estação de Elevação Mecânica
- Teatro Álvaro de Carvalho
- Igreja de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito
- Antiga residência do Governador Hercílio Luz
- Casa José Boiteux (antigo Instituto Politécnico)
- Capela do Menino Deus
- Ponte Hercílio Luz
- Igreja de Nossa Senhora do Desterro (Catedral Metropolitana de Florianópolis)
- Igreja da Ordem Terceira de São iBairro Ribeirão da Ilha:
- Igreja de Nossa Senhora da Lapa

Bairro Lagoa da Conceição:

- Igreja de Nossa Senhora da Conceição

Bairro Santo Antônio de Lisboa:

- Igreja de Nossa Senhora da Conceição

- Casarão e Engenho dos Andrades

Bairro Estreito:

- Sítio do Forte de São João do Estreito

Bairro Rio Vermelho:

- Capela de São João Batista

A renda de bilro - a marca do artesanato ilhéu

A renda de Bilro nasceu no território da atual Bélgica, espalhou-se por diversos territórios da Europa, até chegar ao arquipélago açoriano e, posteriormente, chega ao litoral catarinense devido à imigração açoriana. A renda era produzida para complementação da renda familiar, sendo passada entre as gerações até os dias atuais (BASTOS, MACHADO; DOMINGOS, 2018).

A ascensão do turismo e a intensa urbanização da capital catarinense em meados do século XX permitiram a criação dos pontos de comercialização na Avenida das Rendeiras, porém também criaram empregos mais rentáveis, fazendo com que as rendeiras se afastassem da arte. No início do século XXI, há um resgate da arte pelas rendeiras, somado a políticas públicas de incentivo para o estabelecimento da arte (BASTOS, MACHADO; DOMINGOS, 2018)

Entre as rendas mais conhecidas, produzidas na Ilha, estão a “Maria Morena” e a “Tramoia”, ou renda de sete pares, que é considerada um produto típico de Santa Catarina, produzida principalmente por artesãs do Ribeirão da Ilha, Santo Antônio de Lisboa e da Lagoa da Conceição (GUIA FLORIPA, 2022a).



Na simbiose entre a tradição manual e a tecnologia, o espaço maker PRONTO3D, localizado na UFSC e liderado pela professora Regina Puppo, conduziu pesquisa buscando imortalizar a arte da renda de bilro através da impressão 3D, e, desta maneira, criando novos mecanismos para a preservação deste patrimônio cultural (FRANCO; PUPO, 2020).

O projeto mostrou-se viável e factível, e um importante aliado para a preservação de configurações que estão quase extintas ou esquecidas, seja pela dificuldade de execução, ou pela falta de interesse das novas gerações. Lembrando que o projeto não buscou substituir o ofício das rendeiras, sendo que a tecnologia foi empregada exclusivamente na perpetuação de formas e configurações para gerações futuras (FRANCO; PUPO, 2020).

O turismo na ilha da magia

A iconografia cultural única, a gastronomia, os patrimônios históricos e culturais somados às belezas naturais (praias variadas, trilhas, morros, enseadas, restingas, manguezais, dunas, lagoas) conferem a Florianópolis um grande potencial que já era explorado desde meados do século XX. Na década de 70, os fluxos turísticos se intensificaram, tendo sua grande explosão nos anos 90. O turismo torna-se um dos grandes vetores do crescimento urbano de Florianópolis e ajuda a projetar Santa Catarina nacionalmente (PEREIRA, 2003).

Atualmente, o setor turístico em Florianópolis chega a atrair 500 mil visitantes durante o verão. Este movimento permitiu o desenvolvimento de hotéis, pousadas, restaurantes, bares, experiências turísticas e outros serviços da cidade, gerando um faturamento anual estimado em torno de R\$ 170 milhões. Fora do verão, a cidade utiliza do



foto: Trilhas em SC

turismo de negócios e de eventos atraindo movimento constante por meio de diversos congressos, ciclos de palestras, seminários, encontros dos mais diversos profissionais e competições esportivas. Fato que só é possível pela estrutura instalada, fornecendo hotéis de qualidade e opções para comer, beber e sair à noite. (GUIA FLORIPA, 2022).

Floripa Conecta

Após uma visita técnica ao South By Southwest (SXSW) em Austin, nos Estados Unidos, e procurando soluções para movimentar a cidade na baixa temporada do turismo da Ilha, surge o Floripa Conecta em 2019, com uma agenda de eventos por toda a Florianópolis, com temáticas relacionadas à tecnologia, ao empreendedorismo e à economia criativa. Em seu primeiro ano, foram 60 eventos, com o público estimado em 120 mil pessoas, o que movimentou 100 milhões de reais (SC INOVA, 2023).

O hub de eventos se tornou um dos principais atrativos para a cidade no mês de agosto, potencializando o turismo na época e ajudando a colocar a capital catarinense no mapa da inovação mundial e gerando 15 milhões de reais para economia para a economia da cidade (SC INOVA, 2023; AMANHÃ, 2022). Em 2023, o evento já tem sua próxima edição prevista para o período de 18 a 27 de agosto de 2023.

Arte pública e a conexão com o passado

Desde os anos 2010, a cidade tem tomado algumas medidas em prol de incentivar os artistas locais, destaque aqui para grafiteiros. Uma destas iniciativas de destaque é o projeto Street Art Tour que visa organizar um “acervo” de manifestações visuais da Ilha da Magia, possibilitando a criação de um elo entre classe criativa, gestores públicos e incentivadores privados (TISCHER; TAUROUCO, 2022).

Para o projeto foi desenvolvido um aplicativo, este viabilizado pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura (Lei Municipal n.3 659/91), permitindo ao usuário criar roteiro das obras escolhidas, visualizar informações sobre os criativos(as), e informações sobre a obra. Desta forma, por exemplo, grandes murais foram criados no centro da cidade representando figuras históricas da sociedade florianopolitana, como o folclorista Franklin Cascaes e o poeta simbolista Cruz e Sousa, contribuindo para a conexão entre o patrimônio cultural e as personalidades locais (TISCHER; TA-ROUCO, 2022).

Distritos criativos em Florianópolis

Aproveitando o potencial da economia criativa existente na cidade, desde 2015, a cidade de Florianópolis tenta utilizar esse motor econômico

com um facilitador para o desenvolvimento territorial e melhoria dos espaços urbanos, assim começou o Distrito Centro Sapiens, localizado na porção leste do centro da capital, e hoje denominado Distrito 48 (GASPAR et al., 2017; FLORIPAMANHÃ, 2020).

Já o Distrito Estreitar foi lançado em 2021, tendo como território os bairros do Estreito, Canto e Balneário a partir da mobilização da Associação Empresarial de Florianópolis (ACIF), e parceria técnica do grupo VIA Estação Conhecimento da UFSC, em prol da revitalização dos bairros citados (ACIF, 2021).

Em comum, as duas iniciativas têm como objetivo reparar o tecido social local a partir da conexão dos diferentes atores que compõem o território, e, em simultâneo, impulsionar a inovação, o empreendedorismo cultural e criativo e a conservação do patrimônio histórico local (ACIF, 2021; GASPAR et al., 2017).



foto: Floripa.Conecta

O resultado da iniciativa Estreitar fez com que a ACIF retomasse a parceria com o grupo VIA, resultando no lançamento de 5 novos distritos em solo florianopolitano nas regiões do Centro, Canasvieiras e Cachoeira do Bom Jesus, Ingleses, Lagoa da Conceição e Campeche.

A economia criativa de Florianópolis em números

Os dados do último mapeamento da indústria criativa no Brasil revelaram que o estado de Santa Catarina fica em quarto lugar no país no quesito participação da economia criativa no Produto Interno Bruto (FIRJAN, 2022). Segundo Figueiredo et al. (2019), Florianópolis ocupa o primeiro lugar do índice que aponta a capital brasileira com maior potencial para desenvolvimento da economia criativa. Estando em primeiro lugar nas três macro variáveis que compõem o índice: talentos, atratividade e conexões, e ambiente cultural e empreendedorismo criativo.

O último Índice das cidades empreendedoras (ENAP, 2022) trouxe que 0,97% das empresas florianopolitanas são empreendimentos criativos. O mapeamento das indústrias criativas aponta que a maior parte dos postos de trabalho da econo-



foto: street Art Tour

mia criativa na cidade estão ligadas aos setores de tecnologia da informação e comunicação, publicidade e propaganda, e pesquisa e desenvolvimento (P&D).

Conclusão

Com todo esse potencial criativo e cultural efervescente pelas ruas de Floripa, tem-se que manter o acompanhamento de iniciativas recentes a fim de dar visibilidade aos impactos positivos desencadeados. Continuar o estímulo e desenvolvimento dos criativos(as), empreendimentos criativos e pro-

jetos ligados ao setor deve ser uma prioridade, tanto pelo poder público, quanto para instituições paraestatais e iniciativa privada. O fomento à economia criativa favorece a Ilha da Magia,

fortalecendo o turismo durante todo o ano, trazendo bem estar social aos moradores e criando alternativas econômicas sustentáveis. ●

Referências:

ACIF. Distrito Criativo Estreitar irá revitalizar bairros do Continente em Florianópolis. ACIF, 2021. Disponível em: <https://www.acif.org.br/acif/distrito-criativo-estreitar-ira-revitalizar-bairros-do-continente-em-florianopolis/>. Acesso em: 08 de Ago. de 2022.

AMANHÃ. Floripa Conecta gerou cerca de R\$ 15 milhões para a economia da cidade. Disponível em <<https://amanha.com.br/santa-catarina/floripa-conecta-gerou-cerca-de-r-15-milhoes-para-a-economia-da-cidade>>. Acesso em: 09 de Fev, de 2023.

ASHTON, M. S. G.; EMMENDOERFER, M. L.; EMMENDOERFER, L. Florianópolis/SC – Cidade Criativa da Gastronomia. In: ASHTON, Mary Sandra Guerra (org.). Cidades Criativas – vocação e desenvolvimento. Novo Hamburgo: Feevale, 2018.

BASTOS, J. M.; MACHADO, E. M.; DOMINGOS, K. A formação socioespacial de Florianópolis e a atividade artesanal da renda de bilros. PerCursos, v. 19, n. 41, p. 289-307, 2018.

DE FIGUEIREDO, J. L. et al. The development potential index of creative economy for Brazilian federal state capitals. Creative Industries Journal, v. 12, n. 2, p. 185-203, 2019.

ENAP. Índice de Cidades Empreendedoras 2022. Disponível em <<https://ice.enap.gov.br/>>. Acesso em 22 de Ago. de 2022.

FCC - FUNDAÇÃO CULTURAL CATARINENSE. Patrimônio Imaterial. 2010a. Disponível em <<https://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/patrimoniocultural/patrimonio-imaterial#bens-imateriais-registrados-pelo-estado>>. Acesso em 19 de Ago. 2022.

FCC - FUNDAÇÃO CULTURAL CATARINENSE. Patrimônio Material. 2010b. Disponível em < <https://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/patrimoniocultural/patrimonio-material>>. Acesso em 19 de Ago. 2022.

FIRJAN. Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. 2022. Disponível em < <https://www.firjan.com.br/economiacriativa/pages/default.aspx>> . Acesso em 22 de Ago. de 2022.

FLORIPAMANHÃ. Distrito 48: saiba como o projeto começou e suas principais referências. Floripamanha, 2020. Disponível em: <https://floripamanha.org/2020/08/distrito-48-saiba-como-o-projeto-comecou-e-suas-principais-referencias/>. Acesso em: 08 de Ago. de 2022.

FRANCO, M. S.; PUPO, R. T. Preservação da renda de bilro por meio da materialização digital. Bauru. Educação Gráfica, v. 24, n. 2., p. 195 - 213, 2020.

FUNDAÇÃO FRANKLIN CASCAES. Patrimônio cultural imaterial. Disponível em <<https://www.fundacao-franklincascaes.com.br/category/patrimonio-cultural-imaterial>>. Acesso em 19 de Ago. de 2022.

GASPAR, J. V. et al. A revitalização de espaços urbanos: O case do Centro Sapiens em Florianópolis. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 2, n. 4, p. 183-205, 2017.

GUIA FLORIPA. Renda de Bilro. Disponível < <https://guia-floripa.com.br/cultura/artesano/renda-de-bilro>>. Acesso em 22 de Ago. 2022.

MICHELMANN, A. C. Franklin Cascaes, a divulgação turística de Florianópolis e a invenção da “ilha da magia”. Trabalho de Conclusão de Curso em História. Florianópolis, 2015.

PEREIRA, R. M. F. A. Formação sócio-espacial do litoral de Santa Catarina (Brasil): gênese e transformações recentes. Geosul, v. 18, n. 35, p. 99-129, 2003.

SC INOVA. Floripa Conecta lança edição 2020 com desafio de colocar Capital de SC no “mapa mundial da inovação”. Disponível em <<https://scinova.com.br/floripa-conecta-lanca-edicao-2020-com-desafio-de-colocar-capital-de-sc-no-mapa-mundial-da-inovacao/>>. Acesso em 09 de Fev. de 2023.

TISCHER, W.; TAROUÇO, F. De “Ilha da Magia” à cidade criativa – reposicionamento e transformações urbanas em Florianópolis (SC). Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento, v. 11, n. 2, p. 381-402, 2022.



CASES DE EMPREENDIMENTOS CRIATIVOS EM FLORIPA

Tarrafa Coletivo Criativo: um coworking de inspiração para a economia criativa



Por Anderson Ricardo Silvestro

Localizado no Sul da ilha de Santa Catarina, o Tarrafa Coletivo Criativo, fundado em 2018, é um coworking que extrapola os limites dos padrões tradicionais, pois corrobora no impulsionamento da economia criativa por meio da cocriação de ideias entre os criativos(as) que ali transitam, promovendo eventos, projetos e programas para o desenvolvimento inclusive de toda comunidade local.

Seu nome “Tarrafa”¹² simboliza a criação de uma

rede de conexões vivenciada pelos “tarrafeiros”, nome dado carinhosamente aos criativos que utilizam dos espaços do coworking, possibilitando a troca de conhecimento e experiências, em um ambiente que mescla as origens açorianas e indígenas dos nativos da ilha com a modernidade dos dias atuais. A inspiração para o projeto do espaço, assinado pelo fundador do Tarrafa, ar-

1 Segundo ICMBio, tarrafa é uma rede de pesca que tem a forma circular com um raio de 3 a 4 metros, confeccionadas com malhas que variam de acordo com a espécie a que se destina. Acesso em 29 de agosto de 2022. Disponível em: https://www.icmbio.gov.br/cepsul/images/stories/artes_de_pesca/artesanal/arte_caيدا/tarrafa.pdf

2 Tarrafa é um dos símbolos da cultura catarinense e se conecta ao estilo de vida dos pescadores, pois é utilizada na pesca artesanal da Tainha.



quiteto Harnnon Cardoso, vem também da história de vida de seus antepassados que viveram com base na pesca e agricultura de subsistência e nas trocas entre a comunidade. Também, uma homenagem a todos os manezinhos da ilha que tem orgulho de suas origens.

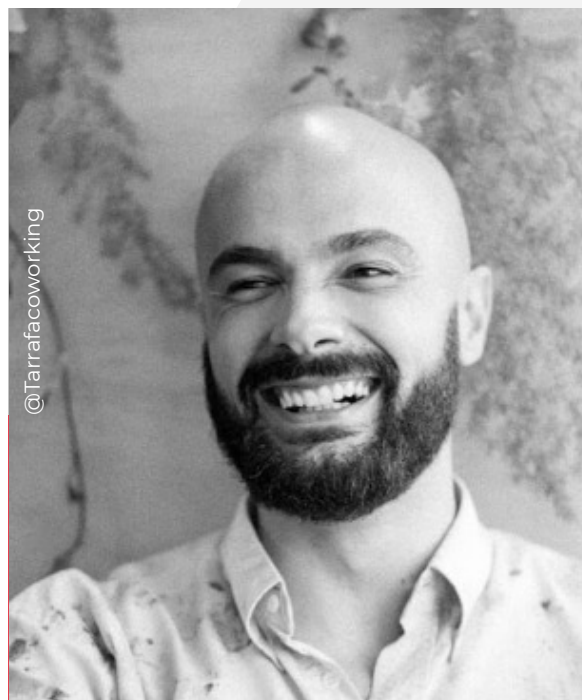
Segundo Paty Aro, colaboradora do habitat :“o Tarrafa não é apenas de locação, mas um espaço que aflora a criatividade, entre um link de inovação e cultura, gerando uma rede comunitária de diversidade.”

Esse ambiente busca fomentar a economia criativa na capital catarinense, recebendo públicos das mais diversas culturas, que por meio das atividades desenvolvidas no coworking, tentam conectá-los com a comunidade local.

Desta forma, o coworking acaba impulsionando diversos setores criativos, sejam eles, arquitetos, músicos, agentes do turismo, profissionais da tecnologia, mídias e publicidade ou mesmo artesanato, promovidos pela inserção da cultura local no ambiente, bem como pela estrutura física que inspira a criatividade e promove a atração e a interação entre os criativos, buscando acelerar a criação, produção e a inovação dos seus “tarrafeiros”.

Algumas atividades desenvolvidas pelo Tarrafa são realizadas em conjunto com a comunidade local, ou em parcerias com seus “tarrafeiros”, mobilizando entidades para impulsionar ações em prol do território, buscando periodicamente colaborar com essas iniciativas conectadas com os valores da empresa.

Quando o assunto são os principais desafios para o desenvolvimento da economia criativa no território, Harnnon Cardoso relata que “devemos melhorar a infraestrutura da região primeiro para as pessoas que vivem aqui, sem perder as características culturais e ambientais que tanto



@Tarrafacoworking

Harnnon Cardoso

Fundador do Tarrafa

prezamos. Assim, podemos criar um ecossistema de inovação e empreendedorismo aqui no Sul da Ilha que se baseie nas condicionantes e potenciais locais, incluindo todos os seres.”

Segundo ele, “o Tarrafa pode ser um elo entre empreendedores e comunidade, criando essa rede colaborativa que visa expandir o acesso ao conhecimento nas duas vias: por um lado, cria oportunidades para o compartilhamento de conhecimento e novas parcerias locais e, por outro lado, aproxima a cultura e história da região de quem ainda não teve muito contato com ela.”

O fundador do Tarrafa, quando questionado sobre as ações desenvolvidas em prol do empreendedorismo, criatividade, sustentabilidade e inovação, entende que o próprio espaço, projetado nos detalhes para inspirar a produtividade

criativa, os serviços que fomentam uma rede de empreendedores que buscam espaços de qualidade, além de elementos da cultura local, que projetam o espaço com materiais naturais e reutilizados, sensibiliza para a sustentabilidade. A comunicação, nas mídias sociais e nas ações que realizam, trazem cultura, história e locais da cidade que servem de inspiração. Para além do espaço e da comunicação, criaram momentos de diálogo e trocas significativas para fomentar o conhecimento compartilhado.

Além de ser um espaço que conecta diversos profissionais da economia criativa, o Tarrafa desenvolve em suas atividades, projetos e progra-

mas que extrapolam suas paredes e vidraças. Algumas atividades desenvolvidas ou impulsionadas pelo coworking:

O programa TALK, DRINK and JAM, que também é transmitido via canal do Youtube, cujo objetivo é um TALK para expandir conhecimentos, alguns DRINKS para quebrar o gelo e brincar com a vida, e uma JAM musical, para fazer todo mundo vibrar na mesma frequência.

Ainda, atraem o olhar das pessoas por meio de podcasts desenvolvidos pelos criativos nos espaços de coworking. O iSurf, por exemplo, um programa patrocinado pelo Tarrafa que apresenta



os principais locais para prática do esporte, entrevistas com pessoas renomadas, novidade do mundo do surfe, matérias e postagens, campeonatos, histórias locais, nacionais e internacionais que impactam à comunidade, atraindo diversos entusiastas para a cultura praiana.

Eles também fomentam a comunicação com instituições públicas ou privadas do Sul da Ilha em prol de conexões para auxiliar na solução dos desafios do território. Entre estas instituições foi citado a Associação de Amigos do Parque Cultural do Campeche (PACUCA), onde o próprio

Harnnon e alguns membros colaboram como voluntários e cede os espaços do Tarrafa para reuniões da associação. ●

Essa matéria foi produto de uma visita técnica realizada pelo VIA no dia 18 de agosto de 2022 e teve como intuito conhecer o espaço e o seu fomento para a economia criativa do Sul da Ilha.





PILARES DE UM DISTRITO CRIATIVO

Revitalização do território promovida pelos distritos criativos



Por Anderson Ricardo Silvestro

Os distritos criativos são locais pujantes que visam a propagação de negócios e atividades criativas cuja base de sustentação está atrelada ao intangível, envolvendo a criação, produção e distribuição de produtos e serviços (HOWKINS, 2001).

Os distritos criativos são locais pujantes que visam a propagação de negócios e atividades criativas cuja base de sustentação está atrelada ao intangível, envolvendo a criação, produção e

distribuição de produtos e serviços (HOWKINS, 2001). Essas atividades vêm tendo destaque nas últimas décadas, passando por uma transformação na economia global, a qual é cada vez mais



baseada em conhecimento, inovação e, principalmente, criatividade.

Dessa forma, o ambiente para estimular a criatividade deve ter espaços físicos que propiciem o compartilhamento entre as pessoas, ao mesmo tempo em que constroem experiências intensas para inspirar a imaginação e bem estar, como: gastronomia, arte, cultura, contato com a natureza, entretenimento e outros. Por essa razão, os espaços públicos e a energia das ruas são favorecidos nesse contexto urbano, corroborando com a conexão entre as pessoas (LANDRY, 2013).

Os distritos criativos devem combinar criatividade, capital intelectual e espaços como recursos produtivos que possibilitem a diversidade, a geração de riquezas e o impacto social (HOWKINS, 2001).

Muitas vezes, essas comunidades possuem espaços subutilizados ou considerados locais perdidos, devido à falta de interesse da administração pública ou privada, chegando ao ponto de degradação e sem perspectiva de crescimento. A partir disso, a interação dos agentes da tríplice

hélice com a presença de criativos locais, pode potencializar novas oportunidades para que as pessoas possam expressar seus talentos, bem como reverberar a revitalização estética desses locais, propiciando trabalho, lazer e moradia necessária para alcançar a centralidade.

O agente público, neste contexto, desempenha um papel importante para revitalização desses espaços, bem como no reestabelecimento e impulsionamento dessas regiões, uma vez que elas precisam ter sua estrutura urbana renovada e a segurança garantida. Contudo, para se ter um planejamento a longo prazo mantendo o vigor dos distritos criativos, se faz necessária a interação da classe criativa, empresarial e da sociedade civil como um todo, pois, a regeneração desses espaços urbanos garante benefícios não somente para os criativos(as), mas para toda a cidade.

Florida (2002) corrobora que as “empresas seguem as pessoas” e a transformação das cidades a partir da cultura e da criatividade, garante a potencialidade e a valorização do distrito e dos criativos, criando uma oxigenação na criação e

atração de novos empreendedores criativos para se estabelecerem no território.

De fato, a valorização dos espaços por meio da revitalização estética dos distritos criativos, garante a atração da classe criativa e inspira nas requalificações de bairros degradados, fortalecendo assim toda a indústria criativa, por meio da criação de novas atividades econômicas, da segurança, infraestrutura e empregabilidade, bem como garante mais espaços acessíveis para moradia e de encontros.

Case de inspiração:

O ViBe Creative District, localizado na Virginia

Beach nos EUA, desenvolve ações que impactam a revitalização estética do território que está inserido. Um dos seus projetos que vem tomando destaque é o Festival de Murais, este ano na sua 5ª edição em parceria com os empresários locais, teve como objetivo pintar 10 murais utilizando a fachada das empresas, em 10 dias, por 10 artistas criativos nacionais e internacionais diferentes.

O propósito do projeto é proporcionar às pessoas um ambiente acolhedor e criativo logo na chegada ao distrito, servindo como um centro vibrante para apoiar na formação e no desenvolvimento dos artistas criativos locais, proporcionando ao distrito um sentido de descoberta tanto para os visitantes, quanto para os residentes, melhorando assim a qualidade de vida dos cidadãos,



estimulando o desenvolvimento econômico e os valores imobiliários locais.

Para a executiva da Vibe Creative District, Kate Pittman “o que estamos vendo é que os novos negócios não estão apenas preocupados com o que está acontecendo dentro de suas portas, eles estão realmente olhando para fora da rua, vendo a estética do que significa operar dentro de um distrito criativo e isso realmente melhorou toda a comunidade através de muitas áreas verdes, espaços sustentáveis e esteticamente bonitos.” ●

Referências:

DISTRICT CREATIVE VIBE. Disponível em: https://vibecreativedistrict.org/cool_timeline/the-city-of-virginia-beach-established-the-boundary-of-the-district-by-ordinance-and-declared-it-an-arts-and-cultural-district-and-technology-zone/. Acesso: 03 de agosto de 2022.

ENCONTRO INTERNACIONAL DE TERRITÓRIOS CRIATIVOS - Kate Pittman. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xqrjHlhrFw&t=1170s>. Acesso em 09 de agosto de 2022.

FLORIDA, R. A Ascensão da Classe Criativa – e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano. Nova York: L&PM EDITORES, 2002.

HOWKINS, J. Economia Criativa: Como Ganhar Dinheiro com Ideias Criativas. São Paulo: M. Books, 2001.

LANDRY, C. Origens e futuro da cidade criativa. São Paulo: SESI, 2013.

WITTMANN, T. Cidades criativas: ativos intangíveis como recurso central de criação de valor. Revistas Cidades Criativas, ano 4 - N°6, (5-10), abril de 2019.





PILARES DE UM DISTRITO CRIATIVO

Turismo potencializado pelos distritos criativos



Por Anderson Ricardo Silvestro

Nesta seção, será abordado como os distritos criativos podem contribuir e impulsionar o turismo no território.

O presidente da Fecomércio SC, Bruno Breithaupt, retratou na Rede de Cidades Criativas da UNESCO que aconteceu em Florianópolis em 2019 que “o setor de economia criativa é o

carro-chefe do futuro, pois ele tem o potencial de reacender, por exemplo, o setor de turismo”. Sabe-se que o turismo é uma importante renda econômica e financeira para muitos estados



brasileiros e que, quando apoiado pelos criativos, traz inúmeras vantagens para a região.

Para Andersson (2005), a atmosfera cultural presente nas cidades criativas atraem grandes fluxos de imigração, comércio e turismo, porque a origem da criação dos produtos e serviços vale como um selo da boa safra da produção, contribuindo e gerando o desenvolvimento das cidades e região.

Conforme Florida (2011), para serem bem sucedidas, as cidades precisam atrair pessoas criativas, sublinhando a importância do turismo entre os fatores geradores de desenvolvimento, porque os turistas vêm em busca de consumo de produtos culturais, gerando, desse modo, um ambiente decisivo no desenvolvimento regional. A partir disso, um número crescente de cidades no mundo passa a direcionar investimentos para serem enquadradas como cidades criativas, valendo-se desse diferencial para o desenvolvimento e crescimento, articulando o capital cultural com as atividades que envolvem o conhecimento humano criativo (EMMENDOERFER; ASHTON, 2014).

Assim, os turistas se transformam e se tornam cocriadores das destinações turísticas, aumen-



Turismo Criativo é uma viagem direcionada para uma experiência autêntica e engajada, com aprendizagem participativa em artes, patrimônio histórico ou uma característica especial do lugar, e que proporciona uma conexão com aqueles que residem neste lugar e que criam essa cultura viva

(UNESCO, 2006).



tando a vitalidade e a vivacidade das cidades, abrangendo novas áreas de conexões culturais e de criatividade (MIKULSKI; LIMBERGER; ANJOS, 2018).

Desta forma, o turismo é potencializado pelo distrito criativo, uma vez que são dotados de uma intensa carga cultural, social e histórica, construindo assim, uma atração de talentos, movidos pela experiência e vivência de uma atmosfera acumulada de novas culturas, atraindo assim, grandes fluxos de turistas movidos pelo consumo desta cultura local (EMMENDOERFER; ASHTON, 2014).

Case de inspiração - The Bentway - Toronto - Canadá

O Distrito Criativo The Bentway é um espaço público e sem fins lucrativos que visa liderar um

movimento criativo para reimaginar as oportunidades em torno dos espaços urbanos de Toronto. Inaugurado em 2018, este ambiente é considerado vital, pois une sete bairros com quase 100.000 residentes, criando uma porta de entrada para Toronto (THE BENTWAY, 2023)

Construída em uma plataforma cultural, The Bentway utiliza a economia criativa para transformar este distrito em tema e tela, para inflamar a imaginação dos residentes, apoiadores, artistas e sonhadores, buscando por meio dos seus projetos que são voltados para atrações artísticas, culturais, bem como por meio das revitalizações urbanas, a transformação dos espaços e equipamentos públicos mais atrativos para todos os moradores e turistas.

O The Bentway oferece atividades e eventos durante todo o ano, como por exemplo, instalações de arte públicas, instalações e programas recreativos, programação comunitária, exposi-

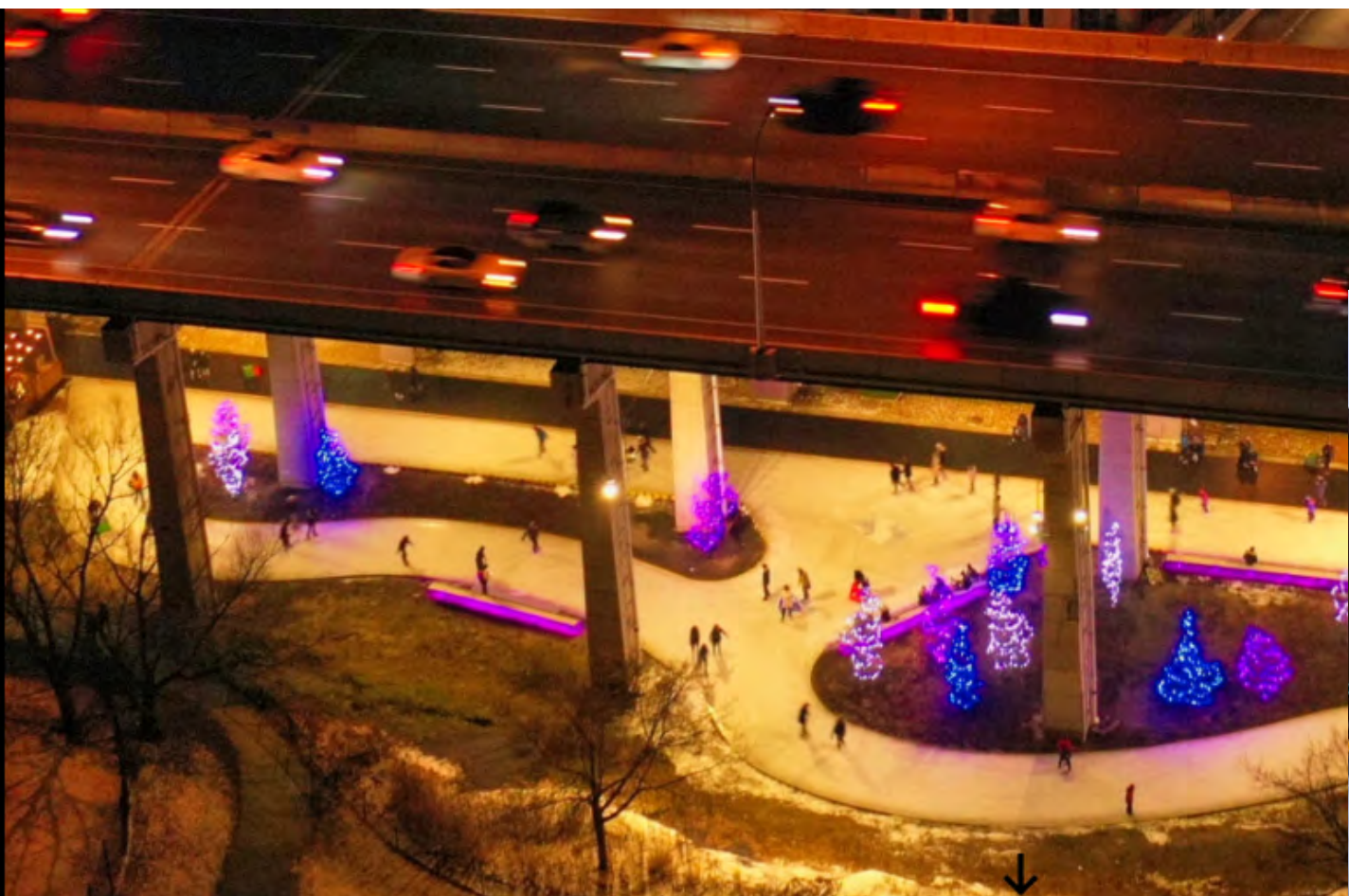


foto: thebentway.ca


The Bentway



Referências:

ções sazonais, apresentações teatrais e musicais, festivais, mercados criativos e muito mais. Todas essas atrações exploram as paisagens de Toronto e o urbanismo em escala global, alimentando uma movimentação de pessoas de todas as partes do mundo.

Assim, o Distrito busca criar novas formas de relacionamento entre os artistas da economia criativa e o turista em seu entorno social e urbano, resultando em maior visibilidade no território, ampliando a densidade desse tipo de atividade econômica, promovendo um ambiente de inovação, atraindo mais visitantes, novos artistas e empreendedores, trazendo, dessa forma, desenvolvimento a uma região da cidade que, nas últimas décadas, esteve esquecida.

“Nos últimos anos, percebemos que o protagonismo e a centralidade passaram a ser dos governos municipais e estaduais, com planos de desenvolvimentos de economia, de cidades e de turismo criativos”. Magnus Emmendoerfer (2022) Professor UFV e Membro do GD Tec - Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos. 

ANDERSSON, A. Criatividade e desenvolvimento regional. *Regional Science*. Curitiba: v. 56, pp. 5-20, 2005.

EMMENDOERFER, M. L.; MARTINS, B. C. L. Gestão de circo: Um campo de atuação profissional (des)conhecido. *Tourism & Management Studies*, Portugal: v. 9, Nº 2, pp. 118-123, 2013.

_____. Territórios criativos e suas relações com o turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, pp. 459-468, 2014.

EMMENDOERFER, M. Estação Conhecimento | Distritos Criativos. TV UFSC, 2022. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=LQzjOT_L7hI&t=1013s>. Acesso em 02 de setembro de 2022.

FLORIDA, R. A ascensão da classe criativa e seu papel na transformação do trabalho, lazer, comunidade e cotidiano. Porto Alegre: L&PM. 2011.

MIKULSKI, D.; LIMBERGER, P. F.; ANJOS, S. G. Cidades Criativas: o caso de Balneário Camboriú. *Turismo e Cidades Criativas*. Francisco Antonio dos Anjos, Newton Paulo Angeli, Thays Cristina Domareski Ruiz (orgs.). Itajaí: UNIVALI, 2018.

THE BENTWAY. About. The Bentway, 2023. Disponível em: <https://www.thebentway.ca/about/>. Acesso em: 07 de Fev de 2023.

UNESCO. Creative Cities Network. Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A.: pp. 25-27, 2006.

WITTMANN, T. Economia criativa é tema de encontro nacional em Florianópolis. In: TEIXEIRA, C. S. CATAPAN, A. H. *Revista VIA: Cidades Criativas*. Florianópolis: ed. 6, 2019.





PILARES DE UM DISTRITO CRIATIVO

Identidade local e recursos culturais: peças chaves de um Distrito Criativo



Por Fabiane Frois B Weiler

A identidade local é representada pelas trajetórias dos sujeitos inseridos na comunidade através do acervo de memórias, modos de vida, povos tradicionais, imigrantes, fluxos, dinâmicas econômicas e sociais.

Como bem explica Hall (1997), conforme os sistemas de significados e representação se multiplicam mais os sujeitos são confrontados por uma diversidade de identidades.

Já a cultura é o cerne de uma relação entre crescimento econômico, qualidade de vida e coesão social. Quanto maior a coesão social maior a identidade coletiva que é fortalecida pela cultura

e suas práticas culturais. Os recursos naturais, os usos linguísticos, as práticas musicais, as festas, a gastronomia, o reconhecimento do patrimônio construído, a história mostrada nos museus são os recursos disponíveis na elaboração do capital simbólico que nutre o sentimento de pertencimento e identidade. Nesse sentido, um conjunto de políticas, especialmente, a política cultural pode atuar em distintas esferas para promover a interação de grupos e pessoas com vistas a fortalecer a identidade local e coletiva (KÖSTER, SANCHES; ARROYO, 2007).

Como Emmendoerfer e Ashton (2014) referem, comunidades têm apresentado progressos quando investem na perspectiva do desenvolvimento territorial de base local, através de seus recursos disponíveis e os principais benefícios dessa estratégia de desenvolvimento são representados pela ampliação de confiança, coesão social e identidade local.

Estudos apontam que as experiências de desenvolvimento no Japão, China e Leste Asiático,

apresentaram correlação entre o nível de formação de identidade e o desempenho de progresso dos países que conseguiram adaptar a tecnologia, os modelos de negócios ao éthos cultural, neste sentido, experimentaram saltos para o desenvolvimento (NURSE, 2003).

Os recursos culturais podem ser priorizados em estratégias de desenvolvimento ou na formulação de políticas. O Japão, por exemplo, elaborou uma estratégia no contexto das Olimpíadas de 2021, o “Cool Japan” com o propósito de criar uma linearidade entre a tradição e a modernidade, como forma de obter retorno econômico e projetar a imagem do país, por meio dos recursos culturais tradicionais e cultura pop japonesa (animês, mangás e games) (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2021). Ou seja, através desta estratégia soft power, o país promoveu a valorização e reconhecimento dos recursos disponíveis que o diferencia e o torna competitivo por meio da imagem, cultura e história.



Fonte: Cool Japan <https://www.istockphoto.com/pt/search/2/image?istockcollection=&mediatype=&phrase=Cool%20Japan%20animes>



Fonte: <https://world.time.com/2013/07/01/japan-spends-millions-in-order-to-be-cool/>/Getty Images

A configuração local de desenvolvimento tem sido afetada por diversos aspectos como mudança de paradigma tecnológico, da mobilidade de capital produtivo e financeiro. O território urbano, em nível global, é o principal lócus destas transformações. A perda de funcionalidade econômica e, conseqüentemente, a vitalidade em algumas áreas localizadas em setores industriais abandonados, com problemas ambientais, prédios antigos sem função econômica e social, foram determinantes na esfera de novas formu-

lações de políticas de planejamento e desenvolvimento urbano.

Como solução, algumas estratégias de políticas locais adotadas são orientadas para a cultura, como consequência, originam-se novos sentidos, significados sociais e econômicos para os espaços no ambiente urbano. É instigante a inauguração do Museo Bilbao Guggenheim, em 1997, em Bilbao/Espanha, que através da arte, cultura e design inovador impulsionou a dinâmica da economia e turismo local (RODRIGUES; ABRAMO, 2008).

Esta tendência de política orientada para a cultura, com repercussões econômicas e sociais, valoriza configurações inovadoras no âmbito territorial e pode ser representada pelos distritos criativos, os quais estão amparados na centralidade da cultura e da economia criativa como impulsionador de seu desenvolvimento.

No Brasil, importantes distritos criativos podem



Photo by David Vives on Unsplash



Fonte: <https://poafilmcommission.portoalegre.rs.gov.br/en/locacoes/vila-flores-cultural-association>

ser citados. Dentre os quais, no RS, em Porto Alegre, na região do 4º distrito, localiza-se o Distrito C com destaque ao patrimônio arquitetônico e segmentos da cultura, arte e conhecimento instalados neste recorte geográfico. Neste contexto territorial, o prédio do Vila Flores, construído nos anos 20 por Joseph Lutzenberger é uma das principais demonstrações de diálogo com a coletividade, pois teve sua recuperação e ocupação articulada em função da memória como recurso para a recuperação do prédio (WEILER, 2019).


Um exemplo recente, é no município de Santa Maria/RS, com a criação do Distrito Centro-Gare. Um projeto impulsionado pela gestão pública municipal, com o objetivo de revitalizar a área do município, que possui amplo acervo arquitetônico de fachadas art déco, Estação da Gare (estação férrea), Vila Belga (bairro dos trabalhadores belgas, que migraram para o município no período de fundação da estação).

Além de promover a recuperação deste recorte territorial, também propõe-se estimular os usos do Distrito Centro-Gare pelos segmentos da cultura e economia criativa, conforme previsto nas diretrizes estabelecidas no plano de ação apresentado pelos integrantes de articulação do projeto (PMSM, 2022).

Independente da maturidade do Distrito Criativo, desde a implementação até a sua consolidação, a base que o estrutura, é a identidade coletiva e local com os recursos culturais refletidos numa coesão social forte. Pois, a comunidade que deve existir no distrito criativo, também é a comunidade que deve fazer o distrito criativo com a diversidade, identidade e memória. A identidade da comunidade com o local ampara-se na colaboração, pertencimento e coletividade. Em geral, são estes aspectos que consagram os distritos criativos.

Art Déco

A UNESCO (2023) promove a identificação, a proteção e a preservação do patrimônio cultural e natural considerado de alto valor simbólico para a humanidade. O Patrimônio Cultural Mundial é composto por monumentos, grupos de edifícios ou sítios que tenham um excepcional e universal valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico.

Bairros e Mello (2021) explicam que uma das vertentes do patrimônio cultural é o patrimônio edificado, que é identificado como construções que representam a coletividade. Estas edificações também recebem influências estéticas, que caracterizam períodos. A art déco foi um estilo moderno que se propunha ser acessível. Um movimento iniciado na “Exposition Internationale des Arts Décoratifs Et Industriels Modernes”, realizada em Paris em 1925, porém o termo art déco só foi consolidado na década de 1960, em razão da exposição comemorativa Les Années 25: Art Déco/Bauhaus/Stijl/Esprit Nouveau, reverenciando a exposição ocorrida em 1925” (BAIRROS; MELLO, 2021, p. 32). A referência estética era dissipar a ornamentação. Em Santa Maria/RS, a Avenida Rio Branco, possui um conjunto de 26 edificações contínuas com elementos do referido movimento. Kümmel (2013) explica que após 1930 houve um avanço na construção civil, principalmente, edificações com estilo art déco. 





Referências:

ARAÚJO, Mayara; OLIVEIRA, Alana. Construindo o amanhã: Cool Japan como recurso de soft power para a imagem do Japão nas Olimpíadas/2021. *Compólitica*. v. 10, n. 3, p. 163-188.

BAIRROS, Amanda de S.; MELLHO, Carolina L. Coleção Santa Déco: Patrimônio edificado como referência criativa para o design de superfície. *Revista Técnico-Científica do Programa de Pós-Graduação em Design*, v. 4, n. 1, p. 29-38, Jan-Jun, 2021.

CORTES, Marcele; LOPES, Caryl. Valorização e preservação de ladrilhos hidráulicos do período art déco brasileiro presentes no centro histórico de Santa Maria (RS). *Revista Confluências Culturais*, v. 3, n. 2, p. 09-21, setembro, 2014.

EMMENDOEFER, Magnus; ASHTON, Mary. Territórios criativos e suas relações com o turismo. *Revista do Turismo e Desenvolvimento*. Aveiro/PT, v. 4, n. 21/22, p. 459-468, 2014.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre/RS, v. 22, n.º2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA MARIA. Distrito Criativo Centro-Gare é lançado em evento que oficializou a governança da iniciativa. Santa Maria/RS, 12 maio de 2022.

KÜMMEL, Marcia B. Estudo sobre o art déco em Santa Maria/RS: o caso da Avenida Rio Branco e seu patrimônio edificado. 209 p. Dissertação (Mestrado em Patrimônio Cultural) - Universidade Federal de Santa Maria, 2013

KÖSTER, Paul; SANCHES, Raúl; SALVADOR, Arroyo. Cultura. Estrategia para el desarrollo local. *Cultura y Desarrollo*, Valência, série 4, p. 279-286, 2007.

NURSE, Keith. Development: unthinking the past. *NACLA Report on the Americas*, v. 37, n. 3, p. 29, Nov. - Dec., 2003. Disponível em: gale.com/apps/doc/A111519110/AONE?u=anon~a6a30641&sid=googleScholar&xid=1952293b.

RODRIGUEZ, Andre; ABRAMO, Pedro. Reinventar a Cidade. Urbanismo, Cultura e Governança na Regeneração de Bilbao. In: Coelho, T. (Org.) *A Cultura pela Cidade*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

UNESCO. Patrimônio Mundial do Brasil. Disponível em: <https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/world-heritage-brazil>

WEILER, Fabiane. Dinâmicas da indústria criativa em Porto Alegre/RS: circuito, governança e política pública. 2019. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Universidade de Santa Cruz do Sul/RS. 16 novembro 2019.

foto: Acervo Kingston Creative / Aníbal e Jani Baeker



PILARES DE UM DISTRITO CRIATIVO

Distrito criativo: diversidade, tolerância, inclusão social e o combate à gentrificação



Por Danisson Reis

Quando Richard Florida propôs a teoria da classe criativa e o desenvolvimento econômico decorrente destas atividades, ele estabeleceu a necessidade da existência de 3Ts: Talento, Tecnologia e Tolerância, evidenciando para que um território tenha sucesso a partir do motor econômico da criatividade, todos estas três pedras angulares precisam estar presentes (FLORIDA, 2011; DEPINÉ, 2016).

Tolerância pode ser definida como um “espírito” de abertura, inclusão e diversidade, para todas as etnias, raças e estilos de vida, sendo crucial para

coexistência em um mesmo espaço de moradores, migrantes, imigrantes, boêmios, criativos(as), pessoas com diferentes modos de pensar, com

diferentes condições sexuais, religiões e ideais. Sendo assim, uma dimensão fundamental para a competitividade econômica atualmente, e praticamente desprezada em diversos modelos econômicos (CARVALHO, 2011; DEPINÉ, 2016; FLORIDA, 2011).

A tolerância afeta o *soft power** dos territórios e determinada a capacidade de mobilização das classes criativas. Quanto mais tolerante for uma região, mais talento é capaz de mobilizar e atrair. Talentos são móveis e eles fluíram para os locais que forem mais acolhedores. Os níveis de inovação e criatividade estão ligados ao espírito de abertura do ambiente onde as pessoas criativas trabalham (CARVALHO, 2011; FLORIDA, 2011).

Desencadeada pelo espírito de tolerância, tem-se a diversidade, outro ponto crucial dentro da economia criativa. A diversidade permite que indivíduos com ideias, interesses e habilidades distintas, que possuíam uma baixa probabilidade de interação, interajam entre si, estimulando a inovação e acelerando o fluxo de conhecimento na região (PRATT; HUTTON, 2013).

Florida destaca a importância dos imigrantes, ou “novos forasteiros”, para o crescimento recente

das cidades e regiões dos Estados Unidos, exemplificando que lugares com alto índice de diversidade são também lugares com altos índices de concentração de pessoas criativas (PRATT; HUTTON, 2013).

Diversidade e Tolerância se mostram cruciais para o fomento de distritos criativos, principalmente no que tange à atração da classe criativa para ocupar e tornar pulsante um território. Todavia, os processos de revitalização de espaços por meio do criativo precisam se conectar aos moradores que ali residem, incluindo-os no processo para que não haja impactos negativos.

A inclusão social, em geral, é um dos objetivos da regeneração urbana por meio da cultura e do criativo (PRATT; HUTTON, 2013). Entretanto, a falta de empatia para os que já viviam nas áreas em revitalização pode desencadear: recursos para melhoria da qualidade de vida investidos em poucos; foco do branding do território em estimular o consumismo, contrapondo com as práticas de sustentabilidade vigentes; seletividade cultural; e, em especial, o processo de gentrificação (PRATT, 2011).



O conceito de gentrificação foi formulado por Ruth Glass em 1964 ao descrever um fenômeno de renovação habitacional no bairro londrino de Islington, considerando o êxodo de habitantes da classe trabalhadora. Durante as décadas seguintes o fenômeno foi analisado por diversos outros autores e hoje é entendido como um processo que converte um território desvalorizado, opção de moradia e trabalho para a população de baixa renda, em uma região valorizada, produto de consumo da classe média, empresas e turistas, a partir de uma série de transformações estruturais e sociais, provocando o êxodo da população de baixa renda para áreas mais distantes, ou carentes, da região (SIMAS, OLIVEIRA; CANO-HILA, 2021).

É notório no Brasil que os processos de gentrificação são desencadeados diversas vezes por ações de revitalização urbana. Assim, é necessário enriquecer as maneiras de planejar o espaço urbano, usando como ponto de partida as experiências de diferentes disciplinas e, em especial, incluindo os locais no processo decisório (SIMAS, OLIVEIRA; CANO-HILA, 2021).

É válido lembrar que diferentes distritos criativos na Europa, como, por exemplo, Bairro Alto (Portugal), Porto Art District (Portugal), Soho Málaga (Espanha) e Poblenu Urban District (Espanha), sofrem hoje com os processos desencadeados pelo forte processo de gentrificação decorridos da instalação de seus respectivos distritos e buscam maneiras de atenuar esses impactos principalmente para os cidadãos locais (LA ROSA, 2021; SIMAS, OLIVEIRA; CANO-HILA, 2021; DE; TESTONI; TEIXEIRA, 2020; FERNANDES et. al, 2018).

Tolerância, diversidade e inclusão social são chaves para o desenvolvimento do capital relacional dentro dos distritos criativos e precisam ser levados em consideração também para o combate à gentrificação e, para tal, é preciso estar atento às transformações provocadas no território decorrentes da atração da classe criativa.

Pois, apesar da imagem de que pessoas da economia criativa são socialmente liberais, tolerantes e abertas para o novo, a dura realidade é que esta é uma das classes mais elitistas e não representativas. A discriminação é abundante e as condições para ingressar nos setores criativos



são custosas, criando uma exclusão social generalizada, onde o sucesso é somente para alguns (PRATT; HUTTON, 2013). Logo, deve-se lembrar: o sucesso do distrito criativo é o sucesso de todos juntos e não apenas de alguns. ●

Referências:

CARVALHO, Joana Manteigueiro de. Dinâmicas culturais como detonantes do desenvolvimento local: proposta para a cidade da Covilhã. 2011. Dissertação de Mestrado. Universidade da Beira Interior (Portugal).

DE LA ROSA, H. V. La transformación del Ensanche Heredia en Soho. Ciudades creativas, gentrificación y promoción cultural en Málaga. Arte y Políticas de Identidad, v. 25, p. 143-162, 2021.

DEPINÉ, Ágatha Cristine. Fatores de atração e retenção da classe criativa: o potencial de Florianópolis como cidade humana inteligente. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, 2016.

FERNANDES, J. et al. Gentrification in Porto: problems and opportunities in the past and in the future of an internationally open city. GOT: Revista de Geografia e Ordenamento do Território, v. 15, n. 177, 2018.

FLORIDA, Richard. A ascensão da classe criativa. Porto Alegre: L&PM, 2011.

PRATT, A. C. The cultural contradictions of the creative city. City, Culture and Society, n. 2, p.123-130, 2011.

PRATT, Andy C.; HUTTON, Thomas A. Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. Cities, v. 33, p. 86-95, 2013.

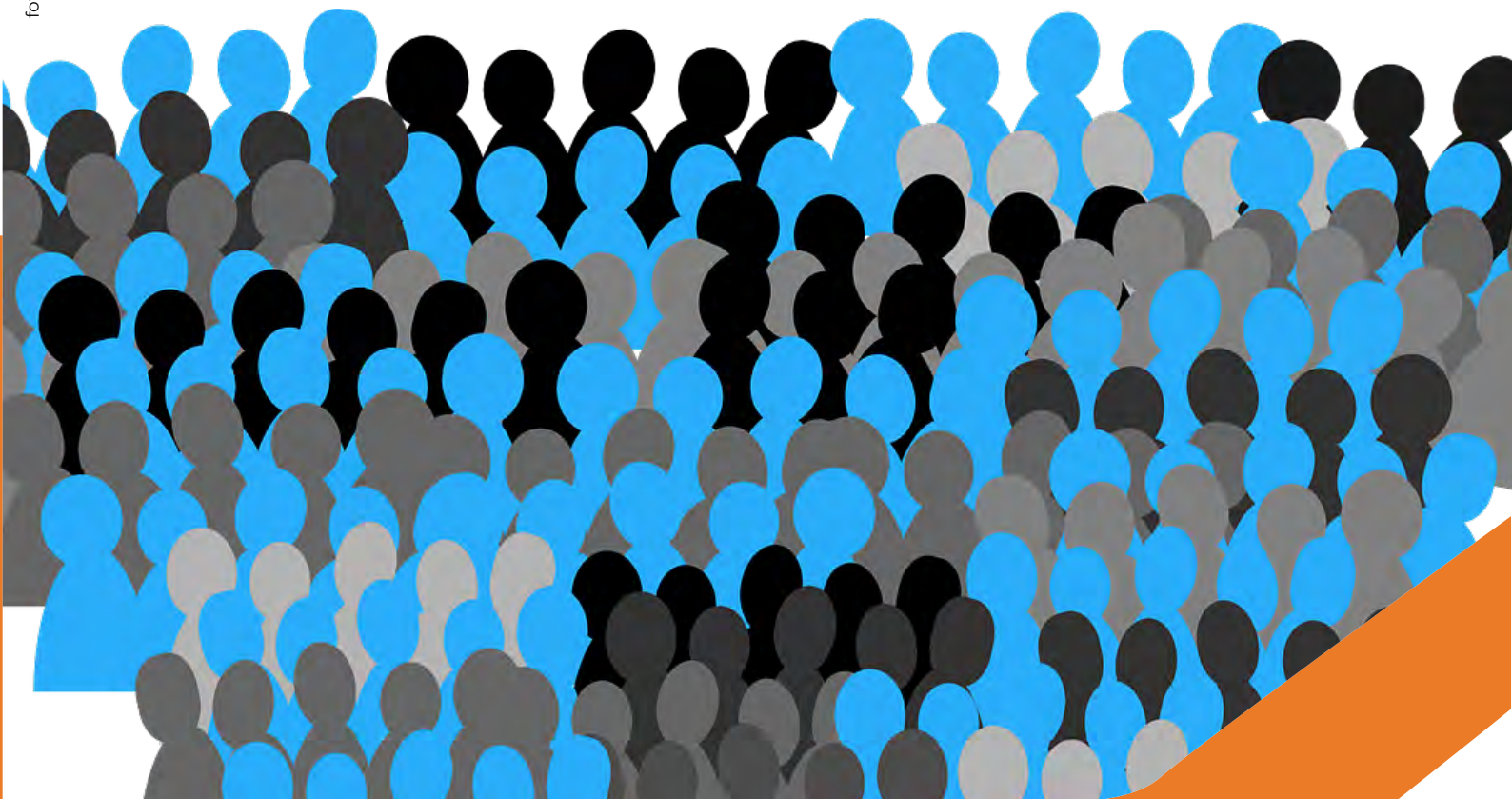
SIMAS, Tarciso Binoti; OLIVEIRA, Sônia Azevedo Le Cocq de; CANO-HILA, Ana Belén. Turismofobia ou turistificação? Uma análise sobre os impactos da gentrificação turística em Poblenou, Barcelona. Ambiente Construído, v. 21, p. 117-131, 2021.

TESTONI, B.; TEIXEIRA, C. S. Distritos Criativos: Bairro Alto e Maboneng. In: DEPINÉ, A.; TEIXEIRA, C. S. (Orgs.). Habitats de inovação: conceito e prática. São Paulo: Perse, 2020. 220p. v. 3.

TV UFSC. Estação Conhecimento | Distritos Criativos. YouTube, 14 de Junho de 2022. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=LQzjOT_L7hI&t=995s> . Acesso em: 23 de Ago. de 2022..

Alguns dos desafios [para um distrito criativo] são a gentrificação e, às vezes, o conflito de interesses (...) os objetivos da corporação podem entrar em conflito com os objetivos dos artistas, então há sempre essa tensão entre garantir que os moradores da comunidade não sejam expulsos à medida que os preços sobem por conta da área se tornar mais atraente. Eu acho que a gentrificação é um dos maiores desafios em construir um distrito criativo e é algo que temos que sempre manter o olho e, em seguida, garantir que você tenha políticas em vigor que beneficiem os criativos e as empresas”.

Andrea Dempster Chung, cofundadora e diretora executiva do Kingston Creative na Jamaica, em entrevista para o grupo VIA (TV UFSC, 2022),



PILARES DE UM DISTRITO CRIATIVO

Participação cidadã como dimensão dos distritos criativos



Por Fabiane Frois B Weiler

O território urbano é local de reinvenção contemporânea, frente a desafios complexos como desigualdade social e econômica, mudanças climáticas, diversidade, revolução tecnológica que representam, em geral, reações em distintas dimensões.

Neste contexto também surgiram novas dinâmicas produtivas, entre as quais, a economia criativa como uma nova centralidade, inclusive, coesa à mudança de paradigma estabelecida pela

revolução tecnológica amalgamada pela cultura e inovação. As evidências percebidas destas relações, aparecem com as experiências australiana e britânica, que projetaram a economia criativa

como alternativa na agenda de desenvolvimento local.

Este deslocamento ocasionado pela novidade impulsionou a economia criativa nas pautas de formulação de ações e iniciativas no âmbito das organizações multilaterais. Com destaque para a abordagem da UNESCO (2013) que compreende a economia criativa como um sistema complexo promotor de benefícios econômicos e não econômicos com repercussões positivas na esfera do desenvolvimento (CHAPAIN; HARGREAVES, 2016).

Os benefícios não econômicos ampliam os horizontes do desenvolvimento através da cultura, pois, contribuem para transformações quando indivíduos e comunidades são empoderadas para tomar posse de seu próprio processo de desenvolvimento, incluindo-se o uso de



recursos locais, habilidades, conhecimento, diversidade criativa e expressões culturais (CHAPAIN; HARGREAVES, 2016).

Este empoderamento cívico também promove novas configurações de uso do território, em especial, o urbano que cria identidades e especificidades através da cultura e da criatividade, amparando localmente dinâmicas multidimensionais e complexas que alcançam a sociedade, o ambiente, as pessoas e a economia. Neste sentido, as consequências refletem-se numa gestão urbana que absorve a cultura na formulação de políticas.

Dentre as manifestações da economia criativa no território urbano, sublinha-se o distrito criativo (THROSBY, 2001). A criatividade torna-se o proces-

so orgânico da formação de um distrito criativo, que pode ter diferentes origens e configurações, sendo orientados para a cultura, a práticas de cultura popular e centros de vida alternativos. Há uma variedade de formas e diversas trajetórias de formação de distritos criativos, mas, em geral, caracterizam-se por negócios criativos enraizados na cultura local, com estilos de vida alternativos que constituem redes sociais significativas (MARQUES; RICHARDS, 2014).

Os distritos criativos amparam-se na coesão e nos laços sociais da comunidade. Estes elementos são fortalecidos pelas relações e engajamento de cidadãos, instituições, sistemas de conhecimento, empreendedores e governo que se articulam no enfrentamento de problemas e obstáculos, na organização de ações e dinâmicas urbanas e nas repercussões das políticas públicas (MARQUES; RICHARDS, 2014; LANDRY, 2008).

foto: Freepik



Características básicas para promover a participação e engajamento:

- Estabelecimento de relações mútuas sustentáveis: harmonização de interesses e conflitos;
- Compartilhamento de envolvimento e experiências;
- Fluxo de informação intenso e propagação da inovação;
- Conversas e interações já existentes podem ser integradas nos processos;
- Configuração ágil para a discussão de problemas;
- Descrições dos participantes e qual grupo de pertencimento estão inseridos;
- Saber o que os outros sabem, o que podem fazer e como podem contribuir para uma proposição;
- Identidades que definem mutuamente o grupo;
- Ferramentas, representações e outros recursos específicos na facilitação dos grupos;
- Tradição local, histórias compartilhadas, critérios e regras de comunicação entre o grupo;
- Um discurso compartilhado que reflete

Fonte: (adaptado de Amin & Roberts, p. 354, 2008).

Há convergência e divergência entre os diferentes agentes inseridos no distrito criativo, neste sentido, o canal central de harmonização é a governança que é reflexo do comprometimento, pertencimento e engajamento cívico. Não há distrito criativo sem as pessoas, o ativismo e a identidade local. Pois, independente de um distrito criativo originar-se de uma agenda governamental, ou não, necessita pertencer e ser um movimento dos agentes que usam o território na perspectiva da cultura, do conhecimento e da inovação.

Neste sentido, na implementação, fortalecimento e futuro do distrito criativo é fundamental ampliar e intensificar a participação cidadã, pois é reflexo do grau de abertura e da maturidade democrática do território. Quanto mais diversificada e intensa esta participação, maior e mais profunda é a compreensão coletiva acerca dos valores, necessidades e visões dos distintos agentes com o distrito criativo (ATAMAN; TUCE, 2021).

A participação cidadã é vislumbrada, através do engajamento da comunidade em se dispor a aprender, para se comprometer com a implementação de mudanças de paradigmas locais com base na cultura e criatividade.

Logo, uma comunidade participativa é determinante na apropriação e territorialização do espaço, através de seus agentes que consolidam e impulsionam um distrito criativo (AMIN; ROBERTS, 2008; RAFFESTIN, 1993).

Portanto, a construção de uma governança aberta, equitativa e inclusiva é o passo fundamental na ordem de manutenção do distrito criativo. Pois, será o canal que estabelecerá os mecanismos de comunicação entre os diferentes agentes mediados pela ação coletiva.

Evidente que, esta estrutura de características para promover a participação e o engajamento cidadão é uma construção contínua entre os distintos agentes que atuam com comprometimento na governança local para ampliar e fortalecer a territorialidade da economia criativa.

Em síntese, um distrito criativo com empoderamento cívico e laços sociais fortes reflete-se em dinâmicas culturais, sociais e econômicas que ampliam o desenvolvimento, em que o papel da governança é ser diversa, democrática e participativa. ●

Referências:

AMIN, A.; ROBERTS, J. Knowing in action: Beyond communities of practice. *Research Policy*, v. 37, p. 353-369, 2008.

ATMAN, OH.; TUCE, B. Urban interventions and participation tools in urban design processes: a systematic review and thematic analysis (1995 – 2021). *Sustainable Cities and Society*, october/2021, DOI: 10.1016/j.scs.2021.103462.

CHAPAIN, C., HARGREAVES, I. Citizenship in the creative economy. *The Creative Citizen Unbound: how social media and DIY culture contribute to democracy, communities and the creative economy*, p. 49-74, 2016.

LANDRY, Charles. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. 2. ed, 2008.

MARQUES, L.; RICHARDS, G. Creative districts around the world celebrating the 500th anniversary of Bairro Alto. NHTV: Breda, 2014.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

THROSBY, D. *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press, 2001.

UNESCO. *Informe sobre la economía creativa: edición especial*. PNUD: New York, 2013.

Distritos POWERED BY VIA



DISTRITOS CRIATIVOS POWERED BY VIA

Distritos Criativos Powered by VIA Estação Conhecimento

É de conhecimento que os problemas de um dado território, percebidos pelos diferentes atores, são complexos.

É de conhecimento que os problemas de um dado território, percebidos pelos diferentes atores, são complexos. Para a mitigação ou resolução destes problemas, muitas vezes são necessárias múltiplas soluções que, em sinergia, funcionam como propulsores do território em

sua conformação em um local atrativo, ideal para se viver, morar, trabalhar e se divertir.

É, a partir desta premissa, que surgiu a metodologia Distritos Criativos Powered by VIA Estação Conhecimento a fim de estabelecer um espaço



Por Danisson Reis



Por Clarissa Teixeira

metodológico onde diferentes atores presentes em um dado território contribuem e são ouvidos, como verdadeiros protagonistas que são.

A metodologia parte da escuta ativa a fim de levantar e processar até a cocriação de um plano de ação coletivo, que é desenvolvido para alicerçar as bases do futuro distrito, com foco em 4 dimensões indissociáveis: ambiente natural e construído, economia criativa e empreendedorismo inovador, identidade e recursos culturais, e governança e políticas públicas.

O objetivo é criar um ambiente dinâmico que articula negócios, estimula a criatividade e a inovação, valoriza a identidade cultural, e alavanca o desenvolvimento econômico sustentável, criando um verdadeiro ecossistema colaborativo no território em prol do bem comum. Também é destacável como objetivos específicos da metodologia:

- Promover o desenvolvimento sustentável, equilibrando os aspectos social, econômico, cultural e ambiental;

- Desenvolver a atuação coletiva em prol do território;
- Estimular a transparência e a disseminação de informações relevantes para e dentro do distrito;
- Ampliar a integração entre as iniciativas públicas e privadas a fim de fortalecer o território;
- Fomentar a inclusão social;
- Tornar o território atrativo, agradável e vibrante;
- Estimular a criação e atração de negócios inovadores, criativos e /ou sustentáveis;
- Reconhecer, atrair e reter os talentos como parte da economia do território;
- Ter a participação de todos os atores do ecossistema de forma ativa para desenvolvimento do território.

Para aplicação da metodologia, além da sociedade, são convidados diferentes atores dos ecossis-

DIMENSÕES DE DISTRITOS CRIATIVOS

Governança e políticas públicas



Economia criativa

Ambiente natural e construído



Identidade e recursos culturais

temas criativos, de conhecimento e de inovação do território que visam desenvolver a inovação, a criatividade, o conhecimento e/ou a sustentabilidade como motor(es) para economia e desenvolvimento em um dado território.

Entre estes atores, destacam-se: o poder público, órgãos de segurança pública, universidades, instituições representativas, Sistema S, associações e cooperativas, bancos, órgãos de fomento, habitats de inovação, entre outros.

Como pode ser lido em Teixeira, Piqué e Ferreira (2022), há inúmeros casos de sucesso pelo mundo de distritos criativos que mudaram significativamente a realidade de determinadas regiões. A metodologia distritos criativos powered by VIA Estação Conhecimento já foi empregada com sucesso em terras brasileiras, ajudando a dar à luz, por exemplo, ao distrito criativo Centro-Gare em Santa Maria/RS (DISTRITO CRIATIVO CENTRO-GARE, 2022) e o distrito Estreitar em Florianópolis (ACIF, 2021).

Metodologia

O método percorre seis etapas distintas: delimitação do território, reconhecimento e levantamento dos desafios, ideação das soluções, definição dos guias condutores, definição do plano de ação e lançamento.

1 - Delimitação do território: no ponto de partida, é realizado o mapeamento dos atores do ecossistema e a identificação de qual território será trabalhado. Neste momento deve ser considerado o resgate histórico do território de forma a entender sua identidade;

2 - Reconhecimento e levantamento dos desafios: são realizadas dinâmicas coletivas, virtuais ou presenciais, para identificação dos desafios do território nos quatro pilares. Também é feito o mapeamento destes desafios por meio de formulários eletrônicos a fim de complementar as dinâmicas e permitir a completa identificação dos gaps presentes no território;

3 - Definição dos guias condutores: definição



foto: VIA ESTAÇÃO CONHECIMENTO

dos guias condutores do Distrito, como visão, missão e proposta de valor e valores, bem como definição das personas do território;

4 – Ideação das soluções: a partir dos desafios encontrados, clusterizados e priorizados, acontece a identificação de soluções possíveis para o território por meio da realização de novas dinâmicas coletivas;

5 – Definição do seu planejamento: abertura de um plano de ação colaborativo entre todos os envolvidos que responda aos desafios encontrados;

6 – Lançamento: lançamento oficial do plano de ação para a sociedade. A partir deste momento, é estabelecida a governança e os grupos de trabalho são criados para buscar a efetivação das ações desenvolvidas.

Por fim, pode-se entender que o principal benefício da metodologia é o *kick off* para a implementação de um distrito no espaço geográfico

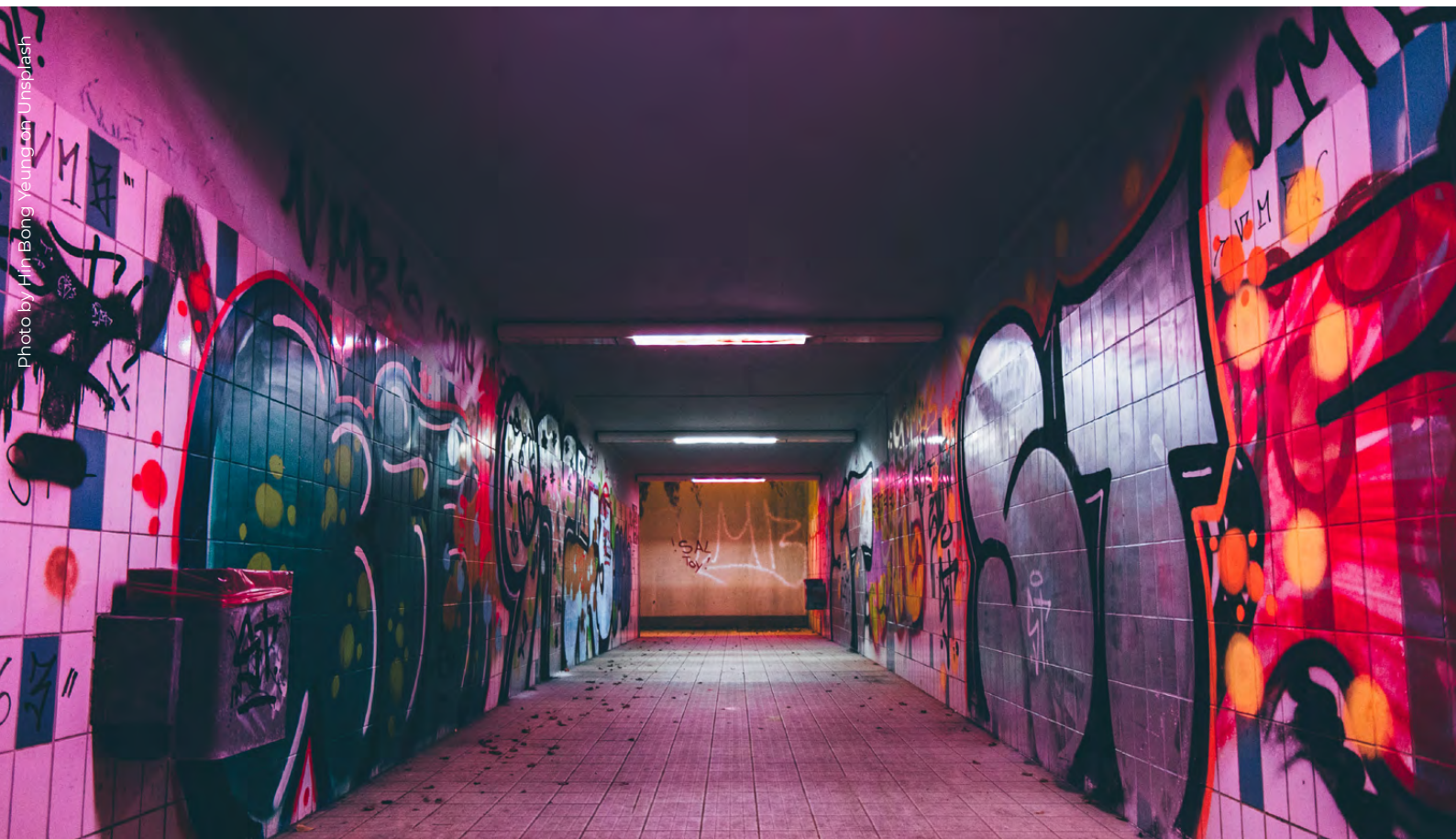
delimitado em um prazo de 4 meses a 1 ano. Além disso, ao final, com o plano de ação desenvolvido em mãos, é hora dos atores se unirem para que, coletivamente, possam buscar sanar os problemas do território e juntos possam materializar o futuro distrito, trazendo benefícios para a sociedade como um todo. ●

Referências:

ACIF. Distrito Criativo Estreitar irá revitalizar bairros do Continente em Florianópolis. Disponível em: <https://www.acif.org.br/acif/distrito-criativo-estreitar-ira-revitalizar-bairros-do-continente-em-florianopolis/>. Acesso em 08 de Ago. de 2022.

DISTRITO CENTRO-GARE. Home. Distrito Centro-Gare, 2022. Disponível em: <http://www.districtocentrogare.com.br/index.php/pt/>. Acesso em: 14 de Jun. de 2022.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse. 243p, 2022.





O IMPACTO TRAZIDO PELA INDÚSTRIA CRIATIVA

Entrevista Andy Pratt



Por Anderson Ricardo Silvestro

A efervescência criativa em determinada território contribui para a criação de uma identidade local, bem como impulsiona a interação entre diversos atores da indústria criativa por meio da troca de informações e de recursos, o que reforça as atividades ali desenvolvidas, fortalecendo e facilitando a comunicação entre os profissionais da cadeia produtiva, permitindo assim maior visibilidade à produção local, seja em uma cidade, um distrito ou um bairro, corroborando na criação de uma marca local a ser difundida e vendida para outras localidades (PUGLIESE; TOMÁS, 2020).

O presidente da Fecomércio SC, Bruno Breithaupt, retratou na Rede de Cidades Criativas da UNESCO que aconteceu em Florianópolis em 2019 que “o setor de economia criativa é o carro-chefe do futuro, pois ele tem o potencial de reacender, por exemplo, o setor de turismo”. Sabe-se que o turismo é uma importante renda econômica e financeira para muitos estados

A fim de compreender o impacto trazido pela economia criativa nas comunidades, bem como os processos culturais e criativos em um habitat de inovação, ou no ecossistema, o professor de Economia Cultural do departamento de Mídia, Cultura e Indústria Criativa da Universidade de Londres, Andy Pratt, foi entrevistado.

O professor Andy Pratt é internacionalmente aclamado no tema das indústrias criativas e culturais, e nas últimas décadas vem estudando a indústria cultural nos EUA, Europa e Japão, o que trouxe grande prestígio para esta matéria.

1. Quais seriam os principais impactos que a cultura e a criatividade poderiam provocar em uma área e no modo de vida das pessoas?

Podemos chamar de potencial benefício os centros criativos criados em bairros negligenciados que tentam regenerá-los de algumas maneiras, mas, invariavelmente, eles tendem a virar as costas para a comunidade, pois requer um esforço extra e a questão da governança cultural e criativa tem que vir de fora, olhar para os vizinhos e para o bairro como um recurso importante, pois eles são um mercado em potencial. Como boa vizinhança, para qualquer um que tenha sucesso, acho que precisa no mínimo cultivar um relacionamento com quem está de fora, para entender, para traduzir o que está acontecendo. Hoje, lá fora, muitas vezes distritos criativos podem parecer lugares bastante alienantes para



foto: Universidade de Londres

Andy Pratt

professor de Economia Cultural do departamento de Mídia, Cultura e Indústria Criativa da Universidade de Londres

uma comunidade, então a comunidade precisa ser convidada e claro com um público mais amplo e os pontos de vista diferentes e semelhantes aos que estão no polo criativo, também para que atuem e possam integrar o polo criativo ao bairro sendo um processo muito importante. Mas descobri que muitas vezes não é uma das coisas que dizem ser priorizadas no estabelecimento de um distrito e, às vezes, é negligenciado, sendo muito mais difícil alcançar esses objetivos.

2. Como conduzir e instigar processos culturais e criativos em um ambiente?

De certa forma, essa é uma pergunta muito simples e óbvia, mas pode ser bastante complicada, a primeira coisa é que para mobilizar um distrito criativo você tem que saber quais pessoas você

tem no distrito e isso significa realizar mapeamento de quem está lá, as habilidades que eles possuem e também quais coisas eles precisam para ajudá-los a prosperar. Esse aspecto de ter o gerente do distrito como um facilitador, ou até mesmo um curador, pode ser aquela pessoa que encontra os vínculos comuns entre eles, acho que essas são as principais coisas que precisam ser discutidas em qualquer distrito criativo.

3. Quais seriam os principais desafios nesses processos?

Um dos problemas é que os distritos têm fortemente a necessidade de gerar renda, ou seja, todas as atividades que sustentam e estimulam o ecossistema, podem não ser tão rentáveis no curto prazo. Os ganhos de curto prazo do aluguel às vezes prejudicava esses processos, bem como outras questões associadas à disponibilidade de espaços, termos e condições do aluguel deste local. As atividades criativas têm um alto grau de risco e incertezas, e querem que isso seja refletido em termos flexíveis do arrendamento, pois muitas vezes ficam obrigados a pagar uma determinada quantia de dinheiro por muitos anos, mesmo as coisas não acontecendo como eles esperavam, sendo assim uma característica negativa, ou positiva, de pequenas empresas, uma vez que muitas delas crescem rapidamente e o que elas precisam é ter um espaço flexível para que possam expandir rápido e facilmente.

4. Se considerarmos a inovação como um processo orgânico e dinâmico, como incorporar a cultura e a criatividade como parte essencial do processo?

Acredito que é um desafio um tanto contraditório que sempre temos nessas circunstâncias. Como se tivéssemos um processo orgânico que precisa de uma estratégia e uma estrutura, pen-

sando nas necessidades das empresas e na flexibilização dos profissionais que estão nos espaços de trabalho. O reconhecimento pode ser um processo orgânico que precisa ser incorporado aos arranjos da gestão, bem como um momento de resposta da cultura do ecossistema para reconhecer que muitos profissionais e empresas estão em atividade. Por exemplo, uma incubadora, quando está no estágio inicial de crescimento de forma muito significativa, sempre tem um produto, uma vantagem ou serviço que de alguma forma, fez com que a empresa crescesse. Importante que seja dinâmico, pois, isso é uma fase inicial do apoio em tempos de organização empresarial, apoio este, mesmo que para coisas simples, como organizar o pagamento de salários ou orientações trabalhistas, recebendo assim, benefícios que podem ser obtidos junto ao centro criativo.

5. Como podemos melhorar o cuidado com os freelancers na economia criativa para fortalecê-la e torná-la mais produtiva?

Este é também um dos desafios desta área da atividade criativa. A perda de trabalho seja numa base freelancer, ou em um projeto freelance, em outras palavras, pessoas que se juntam a um determinado projeto e depois acabam se separando sem ter de fato efetivado um arranjo empresarial. Muitas vezes, construir novas estruturas para que esse trabalho freelancer possa ser flexível e mais vantajoso, para que os distritos venham mitigar alguns desses riscos que possam surgir para os próximos projetos ou trabalhos. Essa é uma forma de apoiar os criativos, bem como também, aconselhá-los sobre como lidar com os custos do bem-estar social que muitas vezes não são contabilizados em termos diretos. O distrito criativo é mais do que os prédios que o compõem, pois, há outras coisas que podem ser

entregues para a comunidade, tornando-o um grupo criativo mais eficaz, trazendo uma nova experiência para equilibrar os profissionais e os negócios do ecossistema ao qual estão envolvidos. Esse é o objetivo em direção a um distrito criativo mais autossustentável que seja capaz de apoiar o crescimento, o desenvolvimento e as mudanças entre todos os seus usuários.

Considerações finais da entrevista

O resultado final é que uma das coisas que sabemos sobre os distritos criativos é que a incerteza é uma parte fundamental de sua atividade, conseguindo suportar essa incerteza e mitigando alguns dos riscos, mas também capitalizando seus benefícios. Esta é uma das maneiras pelas quais os distritos criativos podem ser apoiados por meios sociais e econômicos e assim, levar ao sucesso dessas atividades. Há uma necessidade de olhar para dentro e para fora do distrito, refletindo o que acontece na vizinhança, podendo ser um resultado e, ao mesmo tempo, um desafio de ver esses criativos, é algo que precisa ser ativamente assumido e ir adiante. Olhar para os vizinhos pode ser uma boa maneira de aprender uns com os outros. Ver os gestores de distritos e como eles tiveram iniciativas bem-sucedidas possibilita que outros possam aprender com eles. Utilizar as redes ajuda muito uma cidade

como um todo a se desenvolver, utilizando uma abordagem estratégica, vinculada mais diretamente à política da indústria criativa em nível de cidade, ou distrito, e permite conexões com os distritos e suas atividades.

Os distritos criativos são caracterizados por uma ocorrência natural. Tal acontecimento pode ser entendido por uma aglomeração orgânica das pessoas criativas e daquelas que desejam trabalhar e viver perto delas (GOLDBERG-MILLER; HEIMLICH, 2017). Para que haja uma qualidade de vida aos criativos, muitas vezes é preciso uma regeneração, intervindo diretamente no tecido urbano por meio da reutilização da infraestrutura física presentes nos distritos, como forma de impulsionar a indústria criativa local. ●

Referências:

GOLDBERG-MILLER, Shoshanah BD; HEIMLICH, Joe E. Creatives' expectations: The role of supercreatives in cultural district development. *Cities*, v. 62, p. 120-130, 2017.

PUGLIESE, L. L. de T., TOMÁS. L. R. Projeto urbano e economia criativa: estudo de caso do distrito de design de Buenos Aires. In: Depiné. Ágatha. II. Teixeira. Clarissa Stefani (Orgs.) . *Habitats de inovação: conceito e prática* – São Paulo: Perse. 220p. v.3: il. 2020.



VIA

Estação Conhecimento



UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA



VIA

R E V I S T A

www.via.ufsc.br



@estacaovia



@EstacaoVIA



@estacaovia



Via Estação
Conhecimento



Via Estação
Conhecimento