

Recebimento: 20/10/2018

Aceite: 14/11/2018

CONEXÕES, CULTURA E INOVAÇÕES NAS CIDADES CRIATIVAS: DIFERENCIAIS PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Douglas de Souza Soares¹
Edson Trajano Vieira²

Resumo

Este artigo objetiva apresentar um estudo que sinaliza que as cidades que investem em conexões, cultura, inovações, tecnologia e criatividade possuem um diferencial diante as demais cidades. Tais cidades, dentre outras nomenclaturas, têm sido denominadas e reconhecidas como “cidades criativas”. A metodologia utilizada foi pesquisa qualitativa, no que se refere à abordagem e, quanto aos objetivos, ela é exploratória. Os procedimentos técnicos utilizados foram livros, revistas acadêmicas e artigos disponíveis nas bases de dados, classificando-se como pesquisa bibliográfica. Os resultados encontrados destacam que as cidades devem valorizar sua peculiaridade e fazer desse diferencial, seu potencial, para que se destaquem no radar global.

Palavras-chave: Desenvolvimento Regional; Economia Criativa; Conexões; Cultura; Inovação.

CONNECTION, CULTURE AND INNOVATION IN CREATIVE CITIES: DIFFERENTIAL FOR REGIONAL DEVELOPMENT

Abstract

This article aims to present a research indicating that cities that invest in connection, innovation, technology and creativity present a differential
If compared to other cities. Those have been called and recognized as “creative cities”, among other denomination. Methodology was qualitative and explorative approach. Technical procedures as the use of books, journals and articles available in data bases also characterize it as a bibliographic research. Results show that cities must value their peculiarity and take their differential as a potential source in order to stand out from the rest in the market global radar.

Keywords: Regional Development; Creative Economy; Connections; Culture; Innovation.

¹ Mestrando em Gestão e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté (UNITAU), Taubaté – SP, Brasil. E-mail: douglasdsoares@hotmail.com

² Doutor em História Econômica pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté (UNITAU), Taubaté – SP, Brasil. E-mail: contato:etrajano@gmail.com

Introdução

Este artigo tem a Cidade Criativa como tema central da discussão que se pretende realizar ao longo do trabalho e, para seu desenvolvimento, buscou-se o estado da arte com autores nacionais e internacionais conceituados nessa abordagem de forma que seus pontos de vistas, sejam eles equivalentes ou dissonantes, complementassem a discussão. A fundamentação teórica contribuiu para abordar o universo da criatividade, da cultura, das conexões e das inovações e as relações entre as temáticas.

Tratar de cidades criativas, conforme se propõe esse artigo, é antes de tudo, expor um breve panorama histórico recente sobre a criatividade. Dessa forma, um arrazoado sobre a criatividade antecipará as discussões sobre o tema Cidade Criativa.

Reis esclarece que cada cidade deve traçar o caminho que pretende percorrer (de forma mais elaborada: definir seu planejamento estratégico urbano), baseada em suas particularidades. Baseando-se na economia criativa, muitas cidades obtiveram sucesso e até podem servir de inspiração e modelo, mas cada cidade deve estabelecer como irá atuar para se beneficiar desse setor econômico. A autora usa o termo "barcelonês" para tipificar a tentativa de reprodução da transformação urbana que ocorrera em Barcelona, por ocasião dos jogos olímpicos de verão de 1992. Antes de se vislumbrar com o produto final (toda a reestruturação urbana e a construção de equipamentos públicos), é necessário "compreender o processo por trás dele, inspirar-se nele e adaptá-lo ao contexto local" (REIS, p.86, 2012). Ela faz uma crítica contundente a esse mimetismo porque é controverso pensar em copiar algo de uma cidade quando se espera que se crie algo inovador, afinal, refere-se à uma cidade criativa.

Espera-se que sejam consideradas as características exclusivas da cidade e se desenvolva um projeto específico em vez de cópias de "projetos urbanos icônicos, pasteurizados, descontextualizados, não raro revestidos de uma roupagem de regeneração ou revitalização urbana" (REIS, p.79, 2012). A autora faz uma proposta a ser considerada: que as cidades voltem o olhar às conexões, à cultura e às inovações pois são aspectos diferenciais das cidades nas disputas econômica, social e cultural e que ainda não estão sendo levados em conta como prioridades entre as cidades globais, além da valorização da criatividade, que movimenta a indústria e a economia da cidade criativa.

A cidade criativa precisa realizar sua projeção, tanto no âmbito nacional, a fim de obter destaque para a atração de empresas e de talentos, quanto no internacional. "Toda cidade ambiciosa deseja aparecer na tela do radar global" (LANDRY, 2013, p.49).

Algumas qualidades definem as cidades criativas e os autores que tratam desse tema são quase unânimes em seus pontos de vista acerca das particularidades que as denotam com essa característica, esse título. Apesar de haver propriedades específicas comuns a elas, é interessante notar que o que realmente importa são seus fatores próprios, o que as torna especiais, o que as diferencia das demais. Landry, por exemplo, destaca que a cidade criativa "precisa de um ambiente físico diverso, o qual promova a sociabilidade, o intercâmbio e a mistura para maximizar seu potencial" (2013, p. 27). A diversidade, então, é o destaque que o autor apresenta. Florida também associa a criatividade com a diversidade e vincula essas expressões com o lugar em que elas ocorrem. Para ele, há relação entre a diversidade e a criatividade pois a última se "desenvolve melhor num tipo particular de ambiente: um meio social que seja suficientemente estável para permitir a continuidade, mas bastante diversificado e aberto a fim de nutrir a criatividade em todas as suas manifestações subversivas" (FLORIDA, 2011, p.35).

Landry relata que "as cidades procuram respostas para redefinirem seu propósito e criar novos tipos de trabalhos, embora essas cidades muitas vezes estivessem fisicamente presas a seu passado industrial. Isso levou a uma autocrítica, o que significou reavaliar os métodos antigos" (LANDRY, 2013, p.49).

A seu tempo, em alguns lugares e representando um percentual econômico, as indústrias clássicas foram e são importantes às cidades. Não se trata aqui de desprezar o passado ou ignorar as contribuições dos demais setores, mas as cidades precisam considerar a nova configuração que está

se revelando no cenário, "uma vez que necessita mudar sua economia para uma baseada em maior intensidade de conhecimento" (LANDRY, 2013, p.51).

Pereira posiciona o momento de transição dessa mudança e as consequências sociais que ocorreram em razão desse novo cenário que originou.

A mudança de sociedade industrial, sustentada por uma economia baseada no capital e na força de trabalho, orientada para a produção em massa; para uma sociedade pós-industrial, cuja economia se baseia em recursos intelectuais, na troca de conhecimentos e atividades localizadas no setor de serviços, provocou transformações nos valores sociais e culturais no final do século passado (PEREIRA, 2012, p.3).

Semelhante posicionamento possui Reis quando ela pontua que "até pouco antes do fim do século XX, vivíamos a era industrial, os produtos eram a moeda de troca. No século XXI, essa moeda passou a ser a ideia, a criatividade, o diferente" (REIS, 2010, p.16). Portanto, na nova economia que se configura, a criatividade e o conhecimento trarão resultados sociais e culturais. Há de se compreender melhor como a cidade pode se beneficiar e se posicionar nesse novo cenário.

Cidade Criativa: mais que um título

Apesar de muitas cidades no mundo procurarem obter o título ou se denominarem como cidade criativa, serão suas características que farão que elas o conquiste. Atualmente, não importa o tamanho da cidade, qualquer uma, trilhando o caminho da criatividade, da cultura, da inovação e da tecnologia, pode ser reconhecida como criativa. Nem sempre foi assim.

Historicamente, era comum locais maiores se tornarem famosos por serem criativos. Olhando para os locais criativos conhecidos no passado, é surpreendente quantos deles eram centros de impérios, como Atenas, Viena e Londres, ou centros de rotas comerciais ou pontos de entrada, como Veneza e Nova York. De forma esperada, como polos de atração, eles atraíram o que é conhecido como o melhor e o mais brilhante do mundo, o que continuamente ajudou a reforçar suas posições e gerar o poder cultural e político, bem como especialidades complexas ou aglomerados industriais, por meio dos quais eles criaram sua riqueza (LANDRY, 2013, p. 57).

A realidade atual permite que cidades menores possam alcançar esse patamar. No entanto, muito mais que possuir o título de cidade criativa, o que, de fato, importa são as ações desenvolvidas pela gestão pública, o perfil dos moradores, as peculiaridades da cidade e o tipo de oportunidades de trabalho oferecido e, então, a expressão poderá ser utilizada da maneira correta, não como *marketing* e sim como conquista e reconhecimento. Segundo Landry, "em termos globais, cerca de cem cidades se intitulam como cidades criativas" (2013, p.7). Considerando o ano de sua obra (2013), a observação do autor estava correta. Atualmente, o número já é bem maior mas, em âmbito mundial, ainda é pequeno.

Em outubro de 2017, a UNESCO, que possui uma "Rede de Cidades Criativas", divulgou as 64 cidades criativas de 44 países que se somaram à lista anterior. Até a divulgação da última relação, 116 cidades de 54 países figuravam como "cidades criativas" (importante destacar que alguns países das novas cidades que entram na lista atual, já constavam na lista anterior). Portanto, a lista completa ficou com 180 cidades de 72 países. Dentre elas, as cidades brasileiras estreadas são: Brasília (DF), destacando-se pelo *design*, João Pessoa (PB), que se sobressaiu pelo artesanato e arte popular e Parati (RJ) por sua gastronomia.

Na nova listagem, os países que se destacaram com mais de uma cidade foram: África do Sul, Canadá, Reino Unido e República da Coreia, todos com duas indicações; Brasil, China, Estados

Unidos, México, Portugal e Turquia com três cidades cada um desses países; e a Itália com quatro cidades escolhidas.

As cidades brasileiras que estrearam na lista da UNESCO irão se juntar às demais cidades nacionais que já figuravam entre as criativas em alguma área, a saber: Curitiba (PR), pelo *design* e Florianópolis (SC), devido a gastronomia, ambas desde 2014 na lista da UNESCO; Belém (PA), por sua gastronomia, Salvador (BA), pela música e Santos (SP), pelo cinema, e todas iniciaram a participação em 2015. Essas cidades encontram-se no site da UNESCO e, portanto, possuem visibilidade internacional.

A ideia de cidades criativas está intrinsicamente relacionada à valorização da criatividade, sobretudo, ao que se pode obter com essa manifestação humana, do ponto de vista dos negócios, do desempenho da cidade e suas contribuições em favor dos cidadãos. Surge um novo sistema em que a criatividade, juntamente com o conhecimento e a informação, é a matéria-prima que o compõe (LANDRY, 2013).

Considerando que a "criatividade ocorre independentemente de esse processo levar ou não a algum lugar; ela está presente tanto no pensamento quanto na ação" (HOWKINS, 2013, p.13), logo, já que se apresenta como algo natural, algumas pessoas mais atentas, empresas ligadas nas transformações do mercado e alguns agentes do poder público têm se favorecido dos benefícios que possam adquirir a partir da criatividade. Todos podem estar envolvidos no processo criativo porque a "criatividade é a imaginação aplicada, que usa qualidades como inteligência, capacidade inventiva e aprendizado ao longo do caminho" (LANDRY, 2013, p.26).

Quando os gestores conseguem, por meio de sua equipe e com políticas públicas "favorecer a eclosão da criatividade urbana e promover resolução de problemas estruturais", especialmente em um "momento que as cidades se voltam cada vez mais para seus diferenciais, suas singularidades e sua identidade" (REIS, 2010, p.20), estará redirecionando a cidade para si e, ao mesmo tempo, dotando-a de novas características.

Foram iniciativas como estas que fizeram que muitas cidades no mundo pudessem se destacar e serem reconhecidas como Cidades Criativas. Tais melhorias, como consequência, fazem com que o acesso a serviços públicos de qualidade, favoreça a qualidade de vida à população, contribua com a atração de pessoas para ali residir, especialmente profissionais que se interessam por cidades com essas características, pois "o desenvolvimento promovido por valores tornou-se muito importante" (LANDRY, 2013, p.69) e cria-se um círculo virtuoso.

A criatividade pode contribuir tanto com o desenvolvimento da cidade quanto com o posicionamento municipal diante das questões de desenvolvimento regional, pois as atitudes criativas adquiriram um papel fundamental no crescimento econômico, tornando a classe criativa dominante da sociedade no que se refere à sua influência (FLORIDA, 2011).

Apesar desse prestígio e domínio apresentado por Florida sobre as pessoas criativas, a seu turno, Howkins pondera que as "pessoas com ideias - pessoas que detêm ideias - se tornaram mais poderosas do que aquelas que operam máquinas. Mesmo assim, a relação entre criatividade e economia permanece praticamente invisível" e conclui dizendo que a "criatividade não é necessariamente uma atividade econômica, mas poderia se tornar caso produza uma ideia com implicações econômicas ou um produto, é difícil de definir" (HOWKINS, 2013, p.13). Florida, aparentemente de forma mais simples, associa pessoas em um "bloco" que ele denomina por "classe criativa" e apresenta a importância da cidade atrair e possuir esse perfil de trabalhador pois, em seu ponto de vista, são "pessoas que agregam valor econômico por meio de sua criatividade" (2011, p.68). Landry (2013) atenta que as cidades necessitam realizar algumas mudanças, desenvolvendo sua economia para uma baseada em maior intensidade de conhecimento, atributo das cidades criativas.

A Economia Criativa impulsionando o desenvolvimento

A economia criativa "tem a criatividade, arte e cultura como sua matéria-prima; está relacionada com os direitos da propriedade intelectual, em particular com o direito do autor; é função direta de uma cadeia de valor criativa" (MIRSHAWKA, 2016, p.3).

Howkins lança um olhar sob o prisma da economia criativa, apresentando valor tanto às produções tangíveis quanto aos processos intangíveis:

A economia criativa consiste nas transações contidas nesses produtos criativos. Cada transação pode ter dois valores complementares: o valor da propriedade intelectual intangível e o valor do suporte ou plataforma física (se realmente existir algum). Em alguns setores como software, o valor da propriedade intelectual é mais elevado. Em outros como artes, o custo unitário do objeto físico é maior (HOWKINS, 2013, p.17).

A economia criativa, por meio de suas indústrias criativas, abarca todos os segmentos que não estavam considerados na indústria cultural. Para o DCMS - Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) – do Reino Unido, por exemplo, os setores criativos são: Propaganda/Publicidade, Arquitetura, Mercado de Arte e Antiguidades, Artesanato/Ofícios Manuais, Design/Desenho, Moda, Cinema e Vídeo, Música, Artes Cênicas, Publicação/Editoração, Software/Programa de Computador, Televisão e Rádio e Jogos de vídeo e Computador (MACHADO, 2012, 93). No entanto é necessário que cada país determine as categorias de sua indústria criativa, em vez de "importar seu produto final: a mesma seleção de indústrias criativas identificadas pelo Reino Unido" (REIS, 2012, p.27). Uma vez definidas as áreas da economia criativa, a cidade deve observar quais são suas características, o que as pessoas têm decidido fazer ou o fazem há muito tempo e se destacam, a fim de investir corretamente os recursos, beneficiando a população, as indústrias criativas e gerando desenvolvimento. Nota-se que "os formuladores de políticas públicas estão cada vez mais levando em conta o papel da criatividade quando estão planejando as políticas econômicas" (MIRSHAWKA, 2016, p.28). O governo inglês, por exemplo, entende a política cultural "como parte de um programa mais amplo de regeneração e desenvolvimento econômico" (REIS, 2010, p.165).

A economia criativa traz vantagens competitivas às cidades que possuem os profissionais criativos pois estabelece-se uma nova geografia da classe criativa. Florida faz uma comparação e diz que "as regiões que concentram um número expressivo de integrantes dessa classe têm vantagem competitiva significativa, ao passo que os redutos da classe trabalhadora e da classe de serviços estão ficando muito para trás" (2011, p.243). Ele complementa essa temática dizendo que a "ascensão dos centros criativos está exercendo um impacto significativo sobre a inovação, sobre o desenvolvimento da alta tecnologia e sobre o potencial de crescimento econômico duradouro" (FLORIDA, 2011, p.248). Além dessas características citadas por Florida, outros princípios são apontados por Mirshawka, considerando a economia criativa no Brasil: a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social (2016).

Uma maneira de associar a economia criativa com o desenvolvimento é observar cidades que conseguiram obter destaque (como as da Rede de Cidades Criativas da Unesco, por exemplo) e mudar seu posicionamento no mercado, após adotarem práticas já executadas por cidades pioneiras na economia criativa, dentre elas, investindo nos setores que a compõem. Algumas cidades, apesar de se destacarem em outras áreas, como no esporte, na política, no turismo, têm sua identidade, força e reconhecimento na cultura.

As cidades podem optar por várias estratégias para que possam ter transformações, projeção e reconhecimento como cidade criativa. Inspirar-se em algumas cidades que já passaram por alguma mudança e são merecidamente condecoradas com o título de criativa, pode ser uma opção, desde que seja para compreensão do processo e não para realizar mimetismos, desconsiderando suas particularidades. Fato é que um conjunto de ações políticas articuladas, impactando nos aspectos urbanos, faz com a cidade se direcione para a rota da criatividade.

Ao que parece, o novo rumo desenvolvimentista estará relacionado à economia criativa e promete autonomia às pessoas. "O futuro é voltar a economia para o desenvolvimento do conhecimento, da cultura e do talento, fazendo, cada vez mais, com que a massa da população deixe de ser apenas espectadora, para se tornar protagonista" (REIS, 2010, p.16). Assim, com esse

desempenho e contribuição a cidade criativa se apresenta como uma alternativa ao desenvolvimento regional.

Inovações, Conexões e Cultura: uma proposta à cidade criativa

Reis apresenta as inovações como sendo a “capacidade de solucionar problemas e antecipar oportunidades das mais diversas ordens” (REIS, 2012, p.76). Aprofundando essa afirmativa, Mirshawka (2016) apresenta oito elementos essenciais da inovação e os dez mandamentos do inovador. Apesar do enfoque do autor ser os empregados e as empresas, alguns destaques foram selecionados para serem apresentados nesse artigo, com alguma adaptação para o setor público. São eles: para que se obtenha um processo de inovação, é necessário ter bons gestores de inovação. Algumas cidades, como a capital paulista, de fato, possuem uma secretaria que lida com assuntos relacionados à inovação e tecnologia. O autor destaca que há uma distinção entre invenção, sendo esta uma descoberta, e inovação, aquilo que resolve os problemas de uma demanda e que não precisa, necessariamente, ser oriundo de pesquisa, desenvolvimento e tecnologia, pois é um conceito mais abrangente. As cidades que se destacam nesse quesito, têm vantagem competitiva e podem atrair talentos para nela se instalarem. É necessário que o poder público conheça a demanda e as dificuldades das comunidades para tentar solucionar seus problemas com uma saída inovadora.

Quanto às conexões, elas podem ocorrer de diversas formas, desde interligando pessoas, seja por meio de tecnologias, no campo do virtual; quanto proporcionando contatos reais, com transporte público de qualidade, que possibilite o acesso às várias áreas da cidade e seus espaços. As conexões ocorrem, também, entre as pessoas e sua história, que se confunde com a da cidade e forma a identidade de ambas, podendo criar pertencimento. Conectar o passado, com a preservação do patrimônio, ao presente e ao futuro, de forma estratégica. Portanto, torna-se "fundamental oferecer espaços de encontros, de trocas, de experiências, de expressões pois são palcos da conexão de diversidades, de ideias e atividades e do compartilhamento da própria cidade" (REIS, 2012, p.74).

Um local que conecte pessoas diferentes, que elas se sintam aceitas e seguras na comunidade e que possam manifestar autenticamente sua forma de viver, sem sentirem-se vítimas de preconceito ou de discriminação, terão mais liberdade de se expressar e poderão contribuir com a cidade, de forma mais criativa. Para ele: “a diversidade aumenta o potencial do lugar de atrair vários tipos de indivíduos criativos (...). Quanto maior e mais diversificada a concentração do capital criativo, maior a capacidade de inovar, de criar negócios tecnológicos, de gerar empregos e de crescer economicamente” (FLORIDA, 2011, p.249).

E, finalmente, quanto ao último tripé da cidade criativa, tem-se a cultura e suas formas de exteriorização. Na cidade criativa, a cultura é objeto de interesse da sociedade, da iniciativa privada e do poder público. Ela possibilita que haja a integração dos demais pilares. Reis, em sua análise diz que o investimento em equipamentos culturais, possibilitando entretenimento, a sensação de segurança, favorecendo a vida noturna, a riqueza do patrimônio arquitetônico, estimulando o turismo, geram um ambiente criativo, ou seja, o encontro da economia e da cultura no cenário urbano, "entendidos por seu impacto econômico, por seu potencial de geração de novos negócios e pela capacidade de promover uma mentalidade aberta à inovação" (REIS, 2012, p.158). Ela observa que várias cidades têm se projetado globalmente tendo a cultura como força-motriz desse processo para capitanear recursos financeiros, tão voláteis nos dias atuais, bem como mercadorias e turistas (REIS, 2009).

O aspecto cultural, portanto, assume uma posição de destaque, especialmente quando se observa que “a cidade é uma ideia cultural e a cultura é o que nos diferencia dos primatas” (REIS, 2010, p.47). Brant (2005) procura relacionar o Estado com os equipamentos e produtos culturais, destacando a importância dos investimentos e os reflexos dessa decisão na sociedade.

A cultura, então, é entendida como um importante item do planejamento estratégico nas cidades criativas. “Se por si só não sustenta um processo de transformação, é, porém, elemento fundamental para a garantir a diferenciação e a permanência das mudanças” (REIS, 2012, p.91),

destacando-se no cenário regional, servindo de modelo para outras cidades no país e buscando seu reconhecimento no âmbito global, atraindo investimentos e turistas.

Vivant atenta que "para se posicionar nessa nova competição global, as cidades colocam em prática estratégias de diferenciação nas quais a cultura desempenha um papel predominante, como vantagem comparativa em matéria de oferta de serviços e, ao mesmo tempo, como ferramenta de transformação e de desenvolvimento econômico" (VIVANT, p.71, 2012).

A construção de um equipamento público cultural possibilita que haja conexão da cidade com sua história, raízes, cultura, povo e instituições. Por outro lado, permite também, caso seja a proposta, que a cidade de projete internacionalmente e conecte-se com outras culturas, participando de uma rede formada por outros equipamentos culturais estrangeiros, ampliando e diversificando o repertório de exposições na cidade, bem como, refletindo sua imagem a outras localidades. Deve-se considerar novos usos para instituições tradicionais, tendo o espaço público como local para o desenvolvimento da cidadania (REIS, 2012).

A cultura pode contribuir para que a integração ocorra, oferecendo nos equipamentos públicos atividades de qualidade, o que "motiva a mobilidade de habitantes para bairros que de outra forma não visitariam, expandindo e integrando mapas mentais e afetivos (REIS, 2010, p.39). Todo esse movimento não passa despercebido aos profissionais criativos. Esses talentos são atraídos por esse perfil de urbe. "É um local 'intercultural', onde o foco é misturar culturas e experiências diferentes e compartilhar juntos ideias e projetos [...]. Seu dinamismo o torna um ímã, gerando, assim, uma massa crítica atraindo pessoas de fora" (LANDRY, 2013, p.46).

Método

Quanto à abordagem, a pesquisa realizada caracteriza-se como qualitativa no que se refere à compreensão do objeto estudado e seu contexto, por meio do estado da arte. Quanto aos objetivos ela é exploratória, oferecendo subsídios para estudos posteriores, contemplando uma visão geral do objeto. Os procedimentos técnicos utilizados foram as fontes de papel (livros e revistas acadêmicas), bem como, os artigos disponíveis nas bases de dados (plataformas de pesquisa acadêmica), que delineiam o objeto por meio de materiais produzidos e disponibilizados, em forma de dados secundários, classificando-se como pesquisa bibliográfica.

Resultados e discussão

Com o levantamento da bibliografia foi possível notar que em muitos pontos, há um consenso interessante nos posicionamentos dos autores, especialmente no que diz respeito às características equivalentes que possuem as cidades criativas, no que tange a aspectos como respeito à diversidade, efervescência cultural, investimento e apoio às indústrias criativas. Apesar das similaridades entre alguns pontos, os autores mencionaram, também, a importância da valorização da peculiaridade de cada cidade. Destacar aquilo que a diferencia, até mesmo das demais cidades criativas, seja na questão geográfica, na arquitetura, nas tradições populares, no sentimento de seus moradores pela cidade. Nesse aspecto, vale ressaltar a ressalva feita pelos pesquisadores que se deve aprender com as demais cidades que já vivenciaram tal processo e adaptá-lo à realidade da cidade para sua implementação, mas nunca, por mais exitosa que tenha sido a experiência de alguma cidade, utilizar das mesmas estratégias pois as condições serão diferentes e a chance de não se obter sucesso é grande.

Notou-se que há uma diferença na forma do uso do conceito de economia criativa entre Howkins e Florida. Florida define a economia criativa em termos de profissões e Howkins em setores da atividade criativa e de conteúdo criativo (FLORIDA, 2011, p.46). Nesse artigo, será mencionado o estudo realizado pela FIRJAN - Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - e, portanto, mais próximo aos dois pensamentos autorais, pois classifica as profissões criativas (Florida) e as áreas às quais elas pertencem nos setores criativos (Howkins).

O mapeamento que a FIRJAN - realiza e que apresenta dados acerca dos empregos e dos empregados das indústrias criativas e das indústrias clássicas com funcionários criativos, considera

as pessoas que estão na formalidade, no entanto, "um grande percentual dos empreendimentos e profissionais criativos brasileiros atuam na informalidade" (MACHADO, 2012, p. 94).

A FIRJAN explicita o método utilizado: "O estudo tem como foco mapear a indústria criativa através das bases de dados oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego [...] enquanto a mão-de-obra criativa formalmente contratada na economia é identificada segundo a Classificação Brasileira de Ocupações" (FIRJAN, 2014, p. 8). A pesquisa apresenta dados relacionados aos empregos formais e, portanto, não está levando em conta os empregos informais, tampouco considera "as pequenas empresas em que os donos são os prestadores de serviços" (VIEIRA, 2016, p.162). Dessa forma, alguns dados possam estar subdimensionados. Nesse aspecto, o que Santos afirma, vai de encontro ao que está mencionado nos estudos da Federação e a explicação é que o mapeamento feito por esta instituição considera os empregos formais e, portanto, na média, os salários e o grau de instrução são mais altos.

Santos, no entanto, em seu posicionamento, engloba todas as pessoas, contratadas formalmente ou prestadoras de serviço informais. Segundo o autor,

[...] a economia criativa pode se tornar uma estratégia fundamental para promover o desenvolvimento econômico sustentável. [...] Funciona também como elemento de inclusão social, pois cria empregos para classes sociais menos favorecidas e exige menos formação escolar (SANTOS, 2006, p. 9).

A cidade que conseguir se estabelecer na economia criativa, terá gerado, aos seus cidadãos, mais oportunidades de emprego (tanto aos mais qualificados quanto aos que possuem menos formação escolar) e, caso consiga atrair e reter profissionais altamente capacitados, poderá beneficiar-se na captação de impostos tanto do consumo dos produtos e serviços gerados pela economia criativa quanto de outros setores, uma vez que a média dos salários é bastante expressiva. Florida é determinante quando diz: "a classe criativa tem muito mais poder econômico: seus membros ganham significativamente mais do que os de outras classes" (2011, p.76).

Em uma década, houve aumento de cerca de 90% dos profissionais que atuam na economia criativa no país. Baseando-se nas informações da FIRJAN, nota-se que, em 2004, cerca de 470 mil trabalhadores estavam atuando nos segmentos da economia criativa. Em 2013 esse número subiu para 890 mil trabalhadores criativos. Cada vez mais, a criatividade tem sido valorizada, em vários setores, aumentando o número de profissionais que atuam diretamente nas áreas criativas, diretamente relacionadas ao núcleo da economia criativa, bem como, os profissionais que desenvolvem produtos ou processos inovadores, mesmo atuando em profissões clássicas ou da indústria tradicional. "Nós estamos embarcando numa era em que a criatividade permeia e domina todos os setores da economia e da sociedade" (FLORIDA, 2011, p.56).

Importante destacar, também, que existem profissionais criativos trabalhando tanto nas indústrias criativas quanto nas indústrias clássicas. "O senso comum costuma associar os trabalhadores criativos a ambientes profissionais exclusivamente criativos [...]. Contudo, a classe criativa está presente em quase todos os setores econômicos, o que ratifica a importância e a geração de valor obtida através de um diferencial criativo" (FIRJAN, 2014, p. 13). Um dos fenômenos que tenta explicar isso é que "o processo de desindustrialização no Ocidente reduziu o poder dos trabalhadores braçais e de seus sindicatos e aumentou o número das profissões criativas" (LANDRY, 2013, p.21).

Considerações Finais

Apesar de ficar claro, pelos posicionamentos dos autores, que a economia criativa contempla a vários perfis de profissionais, de uma forma geral, um dado comprovado por meio de pesquisas, é que "as pessoas na economia criativa tendem a ter uma melhor formação educacional do que as demais" (HOWKINS, 2013, p.108).

Cidades criativas, portanto, são aquelas que procuram atender as mais diversas peculiaridades das pessoas. Cidades “fora do padrão”. Onde instalam-se tais profissionais, as indústrias criativas também o fazem, tanto para desenvolverem produtos e serviços quanto para comercializa-los.

Com base em Howkins e no que a FIRJAN apresenta sobre os dados da economia criativa no país, pode-se considerar que a cidade que possui uma economia criativa pujante, terá menor índice de desemprego, levando em conta que o perfil do trabalhador criativo é de quem busca mais aperfeiçoamento acadêmico. No entanto, não se pode afirmar que as disparidades salariais diminuam, pelo contrário, "existe uma forte correlação entre desigualdade e criatividade: quanto mais criativa é a região, maiores são as disparidades salariais" (FLORIDA, 2011, p.354).

Essa desconcertante afirmação acerca da desigualdade não invalida outra projeção do autor: "As cidades e regiões que conseguem atrair e reter mais trabalhadores criativos (não apenas médicos, cientistas, desenvolvedores de softwares, escritores, professores, investidores de risco e outros que integram a tradicional classe criativa, mas os operários criativos, os prestadores de serviço criativos e os pequenos empresários criativos) são as que enfrentarão melhor a crise" (FLORIDA, 2011, p.IX). De qualquer forma, tais discussões teóricas visam despertar o debate, ainda que restrito, num primeiro momento, ao campo acadêmico.

Referências

- BRANT, Leonardo (org.). **Diversidade Cultural: Globalização e culturas locais - dimensões, efeitos e perspectivas**. São Paulo: Escrituras, 2005.
- FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Sistema Firjan, 2014.
- FLORIDA, Richard. **A Ascensão da Classe Criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.
- HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M Books do Brasil Editora, 2013.
- LANDRY, Charles. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: Sesi-SP Editora, 2013.
- MACHADO, Luiz Alberto. Economia Criativa: definições, impactos e desafios *in* **Revista de Economia e Relações Internacionais**, vol.11, n. 21, São Paulo: FEC-FAAP, Julho/2012.
- MIRSHAWKA, Victor. **Economia Criativa: fonte de novos empregos**. vol.1. São Paulo: DVS, 2016.
- PEREIRA, Ethel Shiraishi. São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012. **2º Seminário Comunicação e Política na Sociedade do Espetáculo**, outubro, 2012 *in* http://administrativocasper.fcl.com.br/rep_arquivos/2013/09/04/1378323667.pdf, acesso em 27 de abril de 2017.
- REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Cidades Criativas: Soluções inventivas: o papel da copa, das olimpíadas e dos museus internacionais**. São Paulo: Garimpo de Soluções; Recife: FUNDARPE, 2010.
- _____. **Cidades Criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI, 2012.
- SANTOS, Moisés dos. O papel estratégico da economia criativa e das novas tecnologias de comunicação para o desenvolvimento regional *in* **Caderno de Pesquisa em Comunicação e Inovação**, Vol. 1, N. 2, p. 7-14, 2 Sem. 2006.
- UNESCO. **The Creative Cities Network: is currently formed by 180 Members from 72 countries covering 7 creative fields**. Paris: Unesco Creative Cities Network. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/>, acessado em: 16 de abril de 2018.
- VIEIRA, Edson Trajano; SANTOS, Felipe Rezende; CARNIELLO, Monica Franchi. Economia Criativa e o Desenvolvimento no Município de Taubaté *in* **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. V.12, n.2, p.161-184, mai-ago/2016.
- VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Editora SENAC, 2012.



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.