



UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIAS
CRIATIVAS



Albérico Paes Barreto Barros

**Os *Clusters* Criativos e
as transformações no território:
o Porto Digital e o Bairro do Recife**

RECIFE, 2020

Albérico Paes Barreto Barros

Os *Clusters* Criativos e
as transformações no território:
o Porto Digital e o Bairro do Recife

Orientadora: Prof.^a Christianne Soares Falcão, Dra.

Dissertação de mestrado apresentada como requisito complementar para obtenção do grau de Mestre em Indústrias Criativas, do Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP.

RECIFE, 2020

B277c Barros, Albérico Paes Barreto
Os clusters criativos e as transformações no território:
o Porto Digital e o Bairro do Recife / Albérico Paes Barreto
Barros, 2020.
200 f.: il.

Orientadora: Christianne Soares Falcão
Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco.
Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas. Mestrado
Profissional em Indústrias Criativas, 2020.

1. Economia criativa. 2. Indústrias culturais. I. Título.

CDU 338

Luciana Vidal – CRB-4/1338

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS




**Os *Clusters* Criativos e
as transformações no território:
o Porto Digital e o Bairro do Recife**


Albérico Paes Barreto Barros


Trabalho de Conclusão do Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas – Mestrado Profissional da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP, como requisito para obtenção do título de Mestre em Indústrias Criativas.

Data de aprovação: 16 de março de 2020

Banca Examinadora:

- 1- 

Prof.^a Christianne Soares Falcão, Dra. (Orientadora e Presidente da Banca)
Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP
- 2- 

Prof.^a Amélia Maria de Oliveira Reynaldo, Dra. (Titular Interna)
Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP
- 3- 

Prof. Walter Franklin Marques Correia, Dr. (Titular Externo)
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

RECIFE, 2020

Para Sófocles, meu pai

AGRADECIMENTOS

À Patrícia, Joana e Eneida pelo suporte e apoio incondicionais;

À Luiz Rangel e Sylvia Scherb, meus sócios-irmãos, pelo incentivo cotidiano e a todos que fazem a Rangel Moreira Arquitetura;

À Amélia Reynaldo e Andrea Storch pelo encorajamento, disponibilidade e contribuições essenciais;

Aos também colegas do curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo da UNICAP, que de alguma forma contribuíram com esse trabalho: Andrea Câmara, Paula Maciel, Clarissa Duarte, Rafael Rangel, Diego BIS, Lula Marcondes e Léa Cavalcanti;

Aos professores do Mestrado: Aline Grego, Chris Falcão, Juliano Domingues, Lula Pinto Jr., Alexandre Figueroa e José Alexandre Filho, pela experiência e sabedoria que provocaram reflexões importantes;

Aos colegas de curso da 1ª e 2ª turma do Mestrado pelo companheirismo e compartilhamento de informações;

À Camila Freire (UNICAP), Marina Vasconcelos (UNICAP) e Juliana Ramos (RM), pelo suporte técnico;

À Murilo Cavalcanti, pelo entusiasmo e material disponibilizado;

À Alcides Pires, pela entrevista/aula;

À UNICAP por mais esta oportunidade de enriquecimento acadêmico e profissional.

Metamorfosear os territórios existentes é se inscrever em seu devir, integrando ou não o que já aconteceu, e não mais, como na antiguidade greco-latina, um desafio do real reservado à mitologia ou, em outros contextos culturais, à bruxaria. Tudo se passa como se se tratasse, em meios habitados por uma potência de reinvenção, de formas de vida que se ajustam em função do tempo que passa ou que, ao contrário, sofrem mutações, transmutações. Em tais meios que são sistemas complexos auto-organizados, encadeamentos, todos os elos são solidários e, contudo, cada um, ao mesmo tempo que se prende aos outros, dispõe de iniciativa própria. Uma sistêmica ordena, naturalmente, os elementos de que se constitui, mas essa sistêmica não é nem mecânica nem necessária. Sempre existe entre um elo e outro uma possibilidade de variação, de descompasso, de mudança, apesar de os elementos constitutivos se ligarem uns aos outros em uma relação dinâmica. Um meio habitado se encontra, assim, animado por uma multiplicidade de laços interativos móveis.

Chris Younès
(*In* Arquitetura dos entre-lugares, Igor Guatelli)

RESUMO

Somos testemunhas das rápidas e dinâmicas transformações na sociedade contemporânea. Especialmente em sua reestruturação econômica, a convergência de fatores como a globalização, o desenvolvimento tecnológico, o surgimento de novas mídias, a fragmentação das cadeias de produção e consumo, e a valorização da criatividade e inovação como novos ativos, se apresentam como forças motrizes de uma nova economia capaz de apontar um caminho de desenvolvimento socioeconômico mais justo e equilibrado, no âmbito local e global. Apesar do caráter abstrato do tema e dos diferentes posicionamentos dos autores que estudam esses conceitos, essa nova economia – a Economia Criativa – se apresenta sempre associada ao espaço urbano, onde acontecem as relações econômicas e humanas. Nesse contexto, arranjos produtivos ou *clusters* criativos, fortalecidos com o processo de reestruturação produtiva, tendem a provocar transformações significativas no espaço urbano e dos cenários culturais, desde que amparados por políticas públicas setoriais profundas e contínuas. Esta pesquisa é motivada: 1- pela análise dessas relações, que tem pavimentado a construção de novos polos de criatividade como referenciais de cultura, empreendedorismo, tecnologia, formação acadêmica e cidadania, conforme testemunhado por experiências em diversos casos analisados; e 2- pela análise sobre a implantação do cluster Porto Digital, sua relação com o Bairro do Recife e seu potencial de transformação deste território.

Palavras-chave: Economia Criativa. Indústrias Criativas. Cidades Criativas.

ABSTRACT

Is witnessed in the world the fast and dynamic transformations in contemporary society. Especially in its economic restructuring, the convergence of factors such as globalization, the technological development, the emergence of new media, the fragmentation of production and consumption chains, and the creativity and innovation valorization as new assets, presents itself as driving forces for a new economy capable of showing a more just and balanced socioeconomic development path, at the local and global level. Despite the abstract character of the theme and the different positions of the authors who study these concepts, this new economy - the Creative Economy - is always associated with the urban space, where economic and human relations take place. In this context, productive arrangements or creative clusters, strengthened with the process of productive restructuring, tend to cause significant changes in urban space and cultural scenarios, being supported by deep and continuous public policies. This research is motivated: 1- by the analysis of these relationships, which has paved the construction of new creativity hubs as references of culture, entrepreneurship, technology, academic training and citizenship, as witnessed by the experiences in several analyzed cases; and 2- for the analysis of the Porto Digital cluster implementation, its relationship with Bairro do Recife and its potential for territory transformation.

Keywords: Creative Economy. Creative Industries. Creative Cities.

LISTA DE FIGURAS

Capítulo 2

Figura 01 – Recife capital da criatividade	32
Figura 02 – 21/04/19 dia mundial da criatividade em Recife	32
Figura 03 – painel empresas criativas	34

Capítulo 3

Figura 04 – biblioteca itinerante em Bogotá	53
Figura 05 – mobiliário urbano em Londres	53
Figura 06 – Vacacidade. CowParade, Recife 2017	53
Figura 07 – Superkilen Park, Copenhagem	53
Figura 08 – Nantes, França – Les Machines	55
Figura 09 – Bilbao e Guggenheim	56
Figura 10 – Freitag Flagship Store, Zurique	58
Figura 11 – Löwenbräu, Zurique	58
Figura 12 – Turbinenplatz, Zurique	58
Figura 13 – Turbinenplatz, Zurique	58
Figura 14 – Frau Gerolds Garten, Zurique	59
Figura 15 – Schiffbau, Zurique	59
Figura 16 – Schiffbau, Zurique	59
Figura 17 – Im Viadukt, Zurique	59
Figura 18 – Londres criativa – pintura mural	61
Figura 19 – Amsterdam criativa – mobilidade sustentável	61
Figura 20 – Paris criativa – as praias do Sena	61
Figura 21 – Nova York criativa – o parque suspenso High Line	61
Figura 22 – Transmilênio	64
Figura 23 – Biblioteca Pública <i>El Tintal</i> Manuel Zapata Olivella	67
Figura 24 – Biblioteca Pública <i>El Tunal</i> Gabriel Garcia Márquez	67
Figura 25 – Biblioteca Pública Virgílio Barco	67
Figura 26 – BibloRed na cidade	68
Figura 27 – Cedezo Santo Domingo	73
Figura 28 – Cedezo La Ladera	73
Figura 29 – Biblioteca-parque España	73
Figura 30 – Metrocable de Medellín	74
Figura 31 – sistema de escadas rolantes da Comuna 13	75
Figura 32 – sistema de escadas rolantes da Comuna 13	75
Figura 33 – arte na rua	75
Figura 34 – Mais Vida nos Morros	77
Figura 35 – Parque Capibaribe	77
Figura 36 – COMPAZ Escritor Ariano Suassuna, Cordeiro	78
Figura 37 – COMPAZ Governador Eduardo Campos, Alto Santa Terezinha	78
Figura 38 – COMPAZ Miguel Arraes, Zumbi	78

Figura 39 – localização dos COMPAZ na cidade do Recife	79
--	----

Capítulo 4

Figura 40 – Ruhr Museum, Essen, Alemanha	88
Figura 41 – Silicon Docks, Dublin, Irlanda	88
Figura 42 – The Pervasive Media Studio, Bristol, RU	88
Figura 43 – Mercado de Matosinhos, Porto, Portugal	89
Figura 44 – 798 Art Zone, Pequim, China	89
Figura 45 – The Old Biscuit Mill, Cidade do Cabo, África do Sul	89
Figura 46 – Granville Island, Vancouver, Canadá	89
Figura 47 – The Media Centre	91
Figura 48 – The Media Centre	91
Figura 49 – The Corridor - mapa	92
Figura 50 – The Corridor, Manchester	93
Figura 51 – De Halen – zoneamento	95
Figura 52 – gastronomia	95
Figura 53 – biblioteca	95
Figura 54 – estúdios	95
Figura 55 – acesso	96
Figura 56 – galeria	96
Figura 57 – expansão no entorno do complexo De Hallen	96
Figura 58 – localização do 22@Barcelona	97
Figura 59 – 22@Barcelona – economia e urbanismo	98
Figura 60 – 200 hectares de área	99
Figura 61 – arquitetura contemporânea	99
Figura 62 – localização da LxFactory	101
Figura 63 – acesso pela Rua 1º de Maio	101
Figura 64 – via principal	101
Figura 65 – pavimento tipo	102
Figura 66 – cobertura	102
Figura 67 – delimitação do Porto Maravilha	103
Figura 68 – localização da Fábrica Bhering	104
Figura 69 – fachada da antiga fábrica de café e doces	105
Figura 70 – Salão Bhering	106
Figura 71 – atelier	106
Figura 72 – galeria comercial	106
Figura 73 – edificações remanescentes do antigo conjunto fabril da Torre	108
Figura 74 – Fábrica Tacaruna	109
Figura 75 – Fábrica da Macaxeira	109
Figura 76 – 3 exemplares do patrimônio histórico industrial em Recife	109

Capítulo 5

Figura 77 – o Bairro do Recife	111
Figura 78 – ocupação no extremo sul do istmo	112

Figura 79 – Cidade Maurícia e Recife	113
Figura 80 – Bairro do Recife	116
Figura 81 – Igreja do Corpo Santo e Praça Rio Branco	116
Figura 82 – London and Brazilian Bank, atual Caixa Cultural	117
Figura 83 – carnaval na Rua da Moeda	122
Figura 84 – Paixão de Cristo no Marco Zero	122
Figura 85 – São João nas ruas do Bairro	123
Figura 86 – Cantata de natal na Caixa Cultural	123
Figura 87 – o Boi Voador	123
Figura 88 – Festival da Seresta	123
Figura 89 – eixos de atuação do Porto Digital	130
Figura 90 – estrutura de governança do Porto Digital	134
Figura 91 – abrangência territorial do Porto Digital	135
Figura 92 – Porto Digital em Santo Amaro	136
Figura 93 – Armazém da Criatividade	136
Figura 94 – Portomídia	140
Figura 95 – L.O.U.Co	140
Figura 96 – REC’n’Play 2018 palestras	143
Figura 97 – REC’n’Play 2018 prototipagem	143
Figura 98 – REC’n’Play 2018 mobiliário	143
Figura 99 – REC’n’Play 2019	143
Figura 100 – Edf. Vasco Rodrigues, sede do NGPD (antigo BANDEPE)	144
Figura 101 – Apolo 235 - requalificação do patrimônio edificado	144
Figura 102 – painel Bairro do Recife (1) - variedade de usos	148
Figura 103 – painel Bairro do Recife (2) – variedade de usos	149
Figura 104 – Comunidade do Pilar	151
Figura 105 – Comunidade do Pilar	151
Figura 106 – conjunto habitacional no Pilar	151
Figura 107 – conjunto habitacional no Pilar	151
Figura 108 – Projeto Porto Novo	152
Figura 109 - Estrutura do Plano Distrital de Desenvolvimento “Bogotá Melhor para Todos”	165
Figura 110 – tecnologia, patrimônio, cultura	173
Figura 111 – conexão: tecnologia, patrimônio, cultura	173

LISTA DE MAPAS

Capítulo 5

Mapa 1 – empresas vinculadas ao Porto Digital

137

Mapa 2 – Bairro do Recife – Mapa de Usos

147

LISTA DE QUADROS

Capítulo 2

Quadro 1 – definições de indústria criativa 39

Capítulo 3

Quadro 2 – quadro sinóptico dos autores, definições e características das cidades criativas 51

Quadro 3 – modelo de intervenção dos Cedezos 71

Capítulo 4

Quadro 4 – principais características dos clusters abordados 107

Capítulo 5

Quadro 5 – equipamentos culturais no Bairro do Recife / Porto Digital (ano de instalação) 127

Quadro 6 – suporte estrutural para as empresas instaladas no Porto Digital 136

Capítulo 6

Quadro 7 - referências na construção de Políticas Públicas de EC 159

Quadro 8 – aspectos relacionados às Políticas Públicas de EC 162

LISTA DE SIGLAS

AD/DIPER – Agência de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco
Ancine – Agência Nacional do Cinema
ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
APL – Arranjo Produtivo Local
ARIES – Agência Recife de Inovação e Estratégia
ARPE – Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados ao Estado de Pernambuco
ASSESPRO – Associação das Empresas Brasileiras de *Software* e Serviços de Informática
BANDEPE – Banco do Estado de Pernambuco
BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
C.E.S.A.R – Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife
CEDEZO – Centro de Desenvolvimento Empresarial Zonal
CELPE – Companhia Energética de Pernambuco
CFNC – Comissão do Fundo Nacional da Cultura
CGE – Controladoria Geral do Estado
CICTEC – Centro de Inteligência Competitiva para Parques Tecnológicos
CNIC – Comissão Nacional de Incentivo à Cultura
CNPC – Conselho Nacional de Política Cultural
Cin/UFPE – Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco
COMPAZ – Centro Comunitário da Paz
CRAS – Centro de Referência de Assistência Social
CSC – Conselho Superior de Cinema
DCMS – *Department of Culture, Media and Sports*
DPSH – Departamento de Preservação dos Sítios Históricos
DUDC – Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2002)
EBN – *Encuesta Bienal de Cultura*
EC – Economia Criativa
EDU – *Empresa de Desarrollo Urbano*
FBN – Fundação Biblioteca Nacional
FCRB – Fundação Casa de Rui Barbosa
FCP – Fundação Cultural Palmares
FIDEM – Fundação para o Desenvolvimento da Região Metropolitana do Recife
FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
Funarte – Fundação Nacional de Artes
IBM – *International Business Machines Corporation*
Ibram – Instituto Brasileiro de Museus
INCITI – Pesquisa e Inovação para as Cidades
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

ISS – Imposto Sobre Serviço
ISSQN – Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza
ITBC – *Information Technology Business Center*
L.O.U.Co – Laboratório de Objetos Urbanos Conectados
MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MEC – Ministério da Educação e Cultura
MinC – Ministério da Cultura
NGPD – Núcleo de Gestão do Porto Digital
OCB – Observatório de Cultura de Bogotá
OIT – Organização Internacional do Trabalho
OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual
ONU – Organização das Nações Unidas
OPEP – Organização dos Países Exportadores de Petróleo
OS – Organização Social
OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PBC – Plano Brasil Criativo
PCR – Prefeitura da Cidade do Recife
PD – Porto Digital
PIB – Produto Interno Bruto
PNEC – Plano Nacional de Economia da Cultura
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRODEC – Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura
PUI – Plano Urbano Integral
P&D – Pesquisa e Desenvolvimento
SAv – Secretaria do Audiovisual
Sdapi – Secretaria de Direitos Autorais e Propriedade Intelectual
SDC – Secretaria da Diversidade Cultural
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEC – Secretaria de Economia Criativa
SECTMA – Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente
SeFIC – Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura
Seinfra – Secretaria de Difusão e Infraestrutura Cultural
SID – Secretaria de Identidade e Diversidade Cultural
SOFTEX – Sociedade para Promoção da Excelência do *Software* Brasileiro
SPC – Secretaria de Políticas Culturais
TI – Tecnologia da Informação
TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação
UCCN – UNESCO *Creative Cities Network*
UFPE – Universidade Federal de Pernambuco
UNCTAD – *United Conference on Trade and Development*
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
URB – Empresa de Urbanização do Recife
UTEL – Unidade de Tecnologia

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1. Justificativa	19
1.2. Objetivo Geral	21
1.3. Objetivos Específicos	21
1.4. Procedimentos Metodológicos	22
1.5. Estrutura da Dissertação	24
2. CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NA NOVA ECONOMIA	26
2.1. Criatividade	29
2.2. Inovação	32
2.3. Empreendedorismo	34
2.4. A Economia Criativa e a Indústria Criativa	36
3. A CIDADE CRIATIVA	42
3.1. A criatividade a serviço da cidadania: Bogotá e Medellín	60
3.1.1. Bogotá	62
3.1.2. Medellín	68
4. OS CLUSTERS CRIATIVOS	81
4.1. Estudo de casos	87
4.1.1. Huddersfield Media Centre	91
4.1.2. Oxford Road Corridor (The Corridor)	92
4.1.3. De Hallen	94
4.1.4. 22@Barcelona	97
4.1.5. LxFactory	100
4.1.6. Fábrica Bhering	103
5. CONTEXTUALIZANDO A CRIATIVIDADE: O PORTO DIGITAL E O BAIRRO DO RECIFE	110
5.1. O Bairro do Recife	111
5.2. O Porto Digital	128
6. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO À ECONOMIA CRIATIVA	157
7. CONCLUSÃO	174
REFERÊNCIAS	180
APÊNDICE	189

1. INTRODUÇÃO

O mundo hoje testemunha uma mudança no seu eixo econômico, baseada fundamentalmente (e quase exclusivamente) na produção em massa, provocada pelas transformações no mercado de trabalho e na reestruturação dos sistemas de produção e consumo em virtude dos impactos da globalização, do desenvolvimento acelerado das tecnologias de informação e comunicação, do crescimento das redes e pela valorização do conhecimento como ativo econômico (CASTELLS, 2009; REIS, 2011) – os valores antes exclusivos do trabalho e do capital, enfim, têm sido substituídos por informação e conhecimento (KUMAR, 2007 *apud* SILVA, 2014).

As mudanças na gestão do trabalho e da produção nas empresas, no final do século XX, convertem-se no principal vetor de transformação da sociedade em geral. A produtividade e a competitividade dos agentes nessa “nova economia” dependem de sua capacidade para gerar, processar e aplicar informação baseada em conhecimento (CASTELLS, 2010 *apud* SILVA, 2014). Os avanços tecnológicos permitiram a articulação dos diversos vetores econômicos, principalmente da economia do conhecimento.

A reboque dessas mudanças, a popularização das plataformas digitais, através do acesso à tecnologia de rede, trouxe o surgimento de novas empresas (físicas e virtuais) de caráter tecnológico e inovador, além das muitas organizações tradicionais que buscam adaptar-se aos novos tempos, formando redes, alianças, arranjos e conglomerados (*clusters*), viabilizando acesso e comercialização aos setores culturais e criativos, além do compartilhamento de conhecimento e da formação de novos modelos de negócios (MESSIAS, 2017). “No mundo organizacional, essas mudanças estruturais têm se intensificado, com o aumento das redes e parceiros entre os negócios, aliadas ao capital cognitivo que cada vez mais vem sendo cultivado nas empresas, como opção estratégica” (CASTELLS, 2010 *apud* SILVA, 2014). Pode-se destacar como exemplo o Arranjo Produtivo Local (APL) de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), Economia Criativa (EC) e Tecnologias Urbanas, denominado Porto Digital, criado no ano 2000 no Bairro do Recife.

Nas últimas décadas, vem, então, crescendo a discussão sobre termos como “economia criativa” e “cidade criativa”. Esse interesse é motivado, muitas vezes, pelo caráter abstrato do tema, e por diferentes posicionamentos dos autores que estudam estes conceitos. Estudos esses que, quase sempre relacionam economia e urbanismo, enfocam uma falência dos modelos tradicionais e o surgimento de uma nova economia pautada na valorização do conhecimento, da inovação e da criatividade como ativos econômicos.

Os impactos desse novo paradigma econômico se refletem em diversas dimensões e setores das relações econômicas e humanas. Partindo do pressuposto de que é nas cidades onde se desenvolvem estas relações (REIS, 2011; MESSIAS, 2017), a formação dos arranjos produtivos, mais especificamente, dos “*clusters*¹ criativos”, quando implantados em determinadas localidades, podem gerar repercussões urbanas e sociais nas cidades, destacando-se como um dos elementos da gênese da “cidade criativa”.

Furtado e Alves apontam que “a temática da ‘cidade criativa’, por ser recente e não consensual, dificulta uma seleção com total rigor dos melhores casos de sucesso” (p.134). Porém hoje, vários projetos, intervenções e empreendimentos fomentadores das ‘indústrias criativas’, são difundidos e facilmente reconhecidos globalmente. “São projetos que (...) pretendem servir comunidades diversificadas, que podem incluir artistas, cientistas, residentes, empreendedores, acadêmicos, investigadores” (FURTADO e ALVES, 2012, p.134).

No mundo inteiro, áreas e equipamentos específicos das cidades, antigos depósitos, fábricas, docas, mercados, quartéis, entre outros, foram transformados em zonas criativas, centros de cultura, incubadoras, áreas de inovação e empreendedorismo, e polos de regeneração urbana² (LANDRY, 2013) e de manifestação da cidadania.

¹ Michael Porter, economista norte-americano, um dos principais nomes quando se discutem os conceitos dessas estruturas econômicas, define *cluster* como uma concentração geográfica de empresas, fornecedores especializados, prestadores de serviços e instituições interconectadas em torno de um determinado setor (PORTER, 1998). Esta e outras definições serão analisadas no capítulo 4.

² “Segundo Vasconcellos e Melo (2006), a reestruturação urbanística constituiu uma das bases da Carta Italiana del Restauro (1972), abordando as relações entre território, cidade e centro histórico”. A Carta da Reabilitação Urbana Integrada (Carta de Lisboa), de 1995, estabelece a relação entre Renovação Urbana – que trata de substituir, reconstruir; Reabilitação Urbana – que trata de restaurar sem mudar a função; Revitalização Urbana – que trata de recuperar o espaço e/ou construção; e Requalificação Urbana – que dá uma nova função adaptada

Pode-se enumerar diversos exemplos nos cinco continentes, em diversas escalas (cidades, bairros, quarteirões, ruas, edifícios construídos ou reconstruídos, praças, parques, etc.), de iniciativas pelo mundo “em que se procurou promover uma revitalização urbana através do desenvolvimento das ‘indústrias criativas” (FURTADO e ALVES, 2012, p.134-135).

Estes novos polos (ou centralidades) trazem questões como a renovação urbana, diversidade de usos e a reabilitação do patrimônio edificado, modernizado através da realização de obras nos seus sistemas de infraestrutura (fornecimento de água, energia, lógica, esgotamento sanitário, adaptação e criação de vias, revisão dos sistemas de transportes, etc.), nos seus equipamentos e nos seus espaços urbanos de utilização coletiva, transformando-os e instigando sua população à valorização e apropriação de seu patrimônio constituído.

Nesse contexto, a implantação de *clusters* criativos encontra o ambiente favorável ao seu desenvolvimento: neles “as pessoas trocam ideias, desenvolvem projetos em conjunto, comercializam seus produtos ou trabalham em seus setores avançados” (LANDRY, 2013, p.46). Estes locais oferecem uma vasta gama de experiências urbanas (conexão, trabalho, alimentação, artes, patrimônio, natureza, etc.) em cenários reconfigurados, atrativos e inspiradores, fáceis de serem apropriados por seus usuários. Para os habitantes da cidade, estes polos de criatividade começam a ser visíveis como referenciais de cultura, tecnologia, formação acadêmica ou boemia (REIS, 2011), resgatando o sentido de cidadania em sua forma mais plena.

O incentivo à formação dessas aglomerações produtivas aliadas à criação de espaços propícios à criatividade e inovação, acaba por estimular o desenvolvimento da produção local – com viés global – diante do paradigma da economia ancorada no conhecimento (CUNHA; NEVES, 2008 *apud* SILVA, 2014), e colaborar com a transformação urbana e social de determinados territórios.

Dessa forma, o presente estudo procura descrever como a aplicação de alguns conceitos relacionados à essa nova economia – a Economia Criativa – podem

a um contexto atualizado, deixando clara a necessidade de promoção de novas funções econômicas para o território de interesse (CARTA DE LISBOA, 1995; REIS, 2011).

corroborar para a criação e transformação de territórios, no sentido do seu desenvolvimento econômico, urbano e social.

Considerando as questões expostas, a elaboração do presente estudo surgiu do interesse em compreender como os arranjos institucionais ligados aos setores criativos podem trazer uma requalificação urbana a territórios específicos (história, cultura, patrimônio edificado, resgate da cidadania, apropriação do seu espaço público) e a reverberação por toda a cidade, podendo torná-la “criativa”. Para tanto, foram pesquisados os conceitos de Economia Criativa, indústria criativa e cidade criativa; estudo de casos em diversas escalas e, especificamente, a relação Porto Digital (como *cluster* criativo) / Bairro do Recife (onde fora inicialmente implantado).

1.1. Justificativa

A partir do início da década de 1970, com a percepção de que mudanças estruturais na economia estavam em andamento, sobretudo pelas alterações nos modos de produção e consumo em decorrência, principalmente, da globalização dos mercados e dos avanços tecnológicos nas áreas de informação e comunicação, iniciou-se um movimento de reestruturação econômica que consistiu na reorganização dos sistemas de gestão dos processos produtivos, possibilitando sua descentralização e o aumento de sua racionalização com o surgimento de novos modelos de negócios (com ou sem fins lucrativos).

Essa confluência de fatores impulsionou a formação de uma nova economia baseada na valorização do conhecimento como ativo econômico (REIS, 2011). Sua relação com a formação de aglomerados produtivos em determinados territórios - que trazem, além do impulso econômico, o resgate da história e da cultura, a requalificação do patrimônio das cidades e a afirmação da cidadania, com potencial de transformação econômica e social -, torna-se um fator relevante para pesquisas que se proponham a ampliar a discussão sobre o fenômeno e consolida a urgência de um novo olhar sobre políticas públicas específicas a este relacionadas.

Entre as décadas de 1980 e 1990, iniciou-se a discussão e o aprofundamento sobre os temas “economia criativa”, “indústrias criativas” e “cidades criativas”, sobretudo na

Austrália, Reino Unido, Estados Unidos e Canadá, por profissionais relacionados às áreas de economia, sociologia e urbanismo. Vários estudos em diferentes áreas do conhecimento buscam por respostas aos seus respectivos questionamentos que envolvem os benefícios econômicos e culturais gerados por esta nova economia, e até então, não são conclusivos devido à grande extensão e subjetividade das temáticas em questão.

Este debate surgiu a partir de caminhos diversos, porém de forma convergente e complementares. Jane Jacobs, jornalista norte-americana, já em 1961 apontava os centros urbanos como um local potencial para reunir pessoas com diversidade cultural e populacional, favorecendo o debate de ideias e os processos de inovação (JACOBS, 1961); John Howkins, jornalista inglês, aponta que a criatividade é peça fundamental para a competitividade econômica e que os indivíduos envolvidos devem ter a justa remuneração com suas ideias (HOWKINS, 2001); Richard Florida, economista norte-americano, afirma que as cidades que pretendem ser criativas, precisam atrair uma nova classe de profissionais do conhecimento para impulsionar a inovação e seu crescimento econômico (FLORIDA, 2002); o arquiteto britânico Charles Landry amplia o entendimento de cidade criativa além do eixo das atividades artísticas ou da economia criativa, trazendo temas como políticas sociais de fomentação da criatividade, ambientes criativos, além de destacar a importância da história e tradição na criatividade (LANDRY, 2012).

Este estudo busca trazer à luz mais elementos para pesquisas que relacionam aglomerações produtivas ligadas aos setores criativos e inovadores – os *clusters* criativos – como ambientes contemporâneos, dinâmicos e competitivos, onde o conhecimento representa fator estratégico e diferencial competitivo para as empresas, além de elemento fundamental para a sobrevivência de organizações e cidades (KLAUS *et al.*, 2015), e a repercussão econômica, urbana e social da implantação desses equipamentos (como objetos arquitetônicos) no território.

A presente pesquisa, a partir de suas análises, possui relevância acadêmica por corroborar para a ampliação de conhecimentos sobre os conceitos que relacionam a economia criativa e as indústrias criativas com a (trans)formação das cidades em

criativas a partir da formação de aglomerados produtivos (*clusters* criativos) em seu território como um dos principais atores desse processo.

O estudo apresenta ainda um breve histórico da constituição do Arranjo Produtivo Local Porto Digital e sua contextualização no Bairro do Recife onde foi inicialmente implantado.

A construção da fundamentação teórica através da análise dos conceitos existentes sobre os temas (economia criativa, indústrias criativas e cidades criativas) e da aplicação de elementos constituintes dessa nova economia, contribuíram para a escolha do método mais adequado para a realização da pesquisa empírica. Para tanto, foi realizado estudo de casos em diversas escalas e cidades, apontando dados quantitativos e qualitativos, e entrevista com personalidade representativa no processo de formação e desenvolvimento do Porto Digital.

1.2. Objetivo Geral

Estabelecer uma relação entre a aplicação dos conceitos de Economia Criativa e indústrias criativas na implantação de aglomerados produtivos (*clusters* criativos) em determinado local e a repercussão urbana e social em seu território.

1.3. Objetivos Específicos

- Relacionar os conceitos mais amplos de “economia criativa” e “indústria criativa” à “cidade criativa”;
- Compreender os Aglomerados Produtivos (“*clusters* criativos”) como objetos urbano-arquitetônicos, através da análise de casos planejados para abrigá-los em diversas escalas e níveis de atividades, observando o impacto destes no processo de transformação e desenvolvimento urbano e suas repercussões socioeconômicas nas regiões onde foram implantados;

- Investigar o processo de implantação do *cluster* Porto Digital no histórico Bairro do Recife, sua relação urbana com essa zona da cidade e sua capacidade de transformação daquela região;
- Analisar a elaboração e aplicação de políticas públicas setoriais de EC na construção de ambientes que agreguem valores de funcionalidade produtiva e urbana e que propiciem o desenvolvimento cultural e socioeconômico sustentável das cidades.

1.4. Procedimentos Metodológicos

Na construção dessa pesquisa, a abordagem qualitativa, conforme descrição de Godoy (1995), se mostra adequada por “(...) estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes” (GODOY, 1995, p.21), e oferecer três campos para a sua realização: a etnografia, a pesquisa documental e o estudo de caso.

Considerando, no entanto, que a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques (GODOY, 1995, p.21).

A etnografia no sentido da busca à descrição, análise e interpretação de eventos (e seus significados) em determinados grupos sociais, incluindo ambiente, cultura, educação e psicologia social (GODOY, 1995).

A pesquisa documental se mostra relevante pela novidade e abrangência do tema e pela profusão das informações disponíveis (análise documental) em meios diversos: livros, artigos, jornais, legislações, sites, páginas eletrônicas, materiais audiovisuais, entrevistas estruturadas, etc.

Estas pesquisas exploratórias

(...) têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. (...) Embora o planejamento da pesquisa exploratória seja bastante flexível, na maioria dos casos assume a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso (...) (GIL, 2002, p.41).

Dentro deste contexto mais amplo, o trabalho foi desenvolvido com base em pesquisas bibliográficas, pesquisas documentais e estudo de casos. Gil (2002) aponta que na “(...) pesquisa bibliográfica as fontes são constituídas sobretudo por material impresso localizado nas bibliotecas, na pesquisa documental, as fontes são muito mais diversificadas e dispersas” (GIL, 2002, p.46).

O estudo de caso remete à metodologia elaborada por Robert Stake e J. A. Easley (2000), que alerta sobre a representatividade dos casos estudados em relação ao fenômeno apontado na pesquisa, o acúmulo de material existente e o acesso ao mesmo. Desta forma, na análise de determinados fenômenos, a pesquisa pode explorar casos similares ou não, em função das descobertas e caminhos apontados por cada caso no decorrer do trabalho.

É uma forma de se fazer pesquisa empírica que investiga fenômenos contemporâneos dentro de seu contexto de vida real, em situações em que as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não estão claramente estabelecidas, onde se utiliza múltiplas fontes de evidência (YIN, R. K., 1989, p.23 *apud* GODOY, 1995, p. 25).

A pesquisa buscou através da coleta de dados pelo método da observação, identificando fatores que corroboram para o entendimento do tema; dos estudos de casos qualitativos, permitindo através de uma visão ampliada sobre a efetividade da aplicação dos conceitos estudados, dar relevância a representatividade do fenômeno identificado; de entrevista aberta, a fim de acrescentar opinião especializada sobre a aplicação do fenômeno em um caso específico – o Porto Digital; identificar a influência da implantação de ‘clusters criativos’ em determinados territórios e a repercussão econômica, urbana e social nessas áreas como um dos vetores de transformação das cidades em criativas.

A análise e interpretação dos dados coletados, que se deram por meio de interpretação subjetiva desses registros, buscaram identificar os significados das

observações realizadas no decorrer da pesquisa, a fim de criar elementos suficientes para elaboração de uma conclusão.

1.5. Estrutura da Dissertação

A pesquisa está delineada através de procedimentos sequenciais e complementares.

O primeiro momento (capítulo 2) volta-se para a revisão e aprofundamento dos referenciais teóricos através de pesquisa bibliográfica e trabalhos relacionados com a temática em questão – criatividade, inovação e empreendedorismo na formação da economia e indústria criativas. Trata da contextualização do tema da pesquisa, situando o momento histórico de transformação da sociedade, referenciada a partir do início da década de 1970 e a conseqüente mudança na economia e nas relações sociais, que consistiu na reorganização dos sistemas de gestão dos processos produtivos, justificando a importância do tema para o entendimento da formação / transformação das cidades.

Diversos autores permeiam toda a pesquisa por seus estudos e formação de alguns conceitos aqui analisados, como: John Howkins e Richard Florida (Economia Criativa); David Harvey e Manuel Castells, com suas contribuições sobre a relação entre sociedade e problemáticas urbanas; Kevin Lynch, Douglas Farr, Richard Rogers e Jan Gehl (urbanismo contemporâneo sustentável); entre outros.

Em seguida, num primeiro recorte (capítulo 3), verifica-se a aplicabilidade de tais conceitos atrelados ao desenvolvimento socioeconômico a partir de transformações urbanas em casos específicos planejados para abrigar a “indústria criativa” em diversas escalas e níveis de atividades, tomando como referência os trabalhos desenvolvidos por Charles Landry e Ana Carla Fonseca Reis sobre a noção de cidades criativas associada à requalificação de espaços urbanos através de diferentes atitudes como vetores de transformação do ambiente construído e a apropriação de seus territórios a partir de políticas públicas específicas com foco numa cultura cidadã de apropriação. Foram analisados os casos das cidades colombianas Bogotá e Medellín pela efetiva aplicação dos conceitos e políticas

estruturadoras relacionadas à valorização da cultura, criatividade e inovação como elementos de transformação de seus territórios.

O capítulo 4 aborda a criação e desenvolvimento de aglomerados produtivos (*clusters* criativos) como vetor-chave na gênese da formação de ambientes (urbanos) criativos em suas diversas escalas e seus impactos nas áreas onde estão inseridos, analisando os seguintes casos – selecionados por suas relevâncias e disponibilidade de dados, registrados em bibliografias, estudos acadêmicos e exposição em diversas mídias - com escalas, contextos e histórias diferentes: Huddersfield Media Centre, em Huddersfield e Oxford Road Corridor, em Manchester, ambos no Reino Unido; De Hallen, em Amsterdam, Holanda; 22@Barcelona, na Espanha; LxFactory, em Lisboa, Portugal; e Fábrica Bhering, no Rio de Janeiro.

O quarto momento (capítulo 5) consiste no recorte para interpretação e sistematização das questões coletadas, a partir da verificação da aderência desses conceitos ao Porto Digital e o Bairro do Recife, compreendendo as questões históricas, políticas, sociais e culturais de sua implantação. O capítulo faz um breve histórico da formação do Bairro do Recife e seu espírito empreendedor até o surgimento do Porto Digital no ano 2000, seu desenvolvimento e perspectivas para o futuro, analisando sua importância na implementação de uma cultura inovadora na cidade.

O quinto momento (capítulo 6) contempla uma análise sobre a relevância no contexto socioeconômico da nova economia (EC) no desenvolvimento das cidades (reestruturação produtiva e regeneração urbana) no mundo globalizado e a importância das políticas públicas que compreendam estratégias e ações sólidas e contínuas destinadas a promover o potencial cultural e criativo das cidades e a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes, em torno da geração e requalificação de um espaço público que abrigue ambientes criativos, tecnológicos e institucionalmente justos.

O capítulo 7 apresenta a conclusão dessa pesquisa e a verificação do atendimento dos objetivos traçados.

2. CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NA NOVA ECONOMIA

Este capítulo parte do entendimento de que as rápidas transformações a partir do início da década de 1970 resultaram em muitas reflexões em diversas áreas da sociedade – econômica, cultural, social, política e administrativa. Do ponto de vista econômico, o longo período de expansão, que se estendeu de 1945 (pós-guerra) até 1973³ (crise do petróleo), teve como base um conjunto de práticas de controle do trabalho, das tecnologias, dos hábitos de consumo e das configurações de poder político-econômico (HARVEY, 1989). Essas práticas começaram a ser questionadas a partir do aumento do desemprego, da alta da inflação e do baixo crescimento econômico, inicialmente nos Estados Unidos e na Europa, desencadeando profundas modificações estruturais nesse sistema de organização industrial baseado fundamentalmente na produção em massa (LEITE, 2012).

As transformações no mercado de trabalho e nos sistemas de produção, capazes de desempenhar “um papel crucial na definição da trajetória de desenvolvimento social e político (...)”, estabelecendo novos “parâmetros para a crítica cultural, política e intelectual” (HARVEY, 1989, p.9), fizeram-se urgentes.

Pedro Bendassolli e Thomaz Wood Jr. destacam que para alguns autores, como Charles Leadbeater (1999) e Richard Florida (2002), “(...) vivemos em uma época na qual as pessoas parecem estar se desprendendo de antigas preocupações tais como salário pelo salário, consumo padronizado, trabalho duro e ao longo de toda a vida, submissão e resignação, dando lugar (...)”, continuam, “(...) a uma época na qual cada um deseja ser o dono integral pela própria vida” (p.9-10). Seria a representação do que Pierre Bourdieu, já em 1984, identificava como um novo padrão social, uma nova classe de serviços urbana, que denominou “nova classe média, combinando capital cultural e econômico, alta cultura e cultura popular” (BENDASSOLLI; WOOD JR., 2006, p.10).

³ “A recessão de 1973 está associada à decisão da OPEP de aumentar os preços do petróleo e à decisão árabe de embargar as exportações de petróleo para o ocidente durante a guerra árabe-israelense, aliadas a produtividade decrescente por causa do aumento da alienação, falência do estado de Bem-Estar social e resistência do trabalhador” (KUMAR, 1997, p.68 *apud* SILVA, 2014, p.14).

O conseqüente processo de reestruturação produtiva consistiu na reorganização dos sistemas de gestão dos processos produtivos, possibilitando a descentralização da atividade produtiva e o aumento da racionalização desses processos (LEITE, 2012). Uma confluência de diversos fatores impulsionou a formação de uma nova dinâmica de processos e modelos sociais desencadeados pela globalização, pelas novas mídias e, sobretudo, pela valorização do conhecimento como ativo econômico (REIS, 2011).

Nesta nova fase do capitalismo, o surgimento dos setores de produção (...) e o processo de internacionalização são concomitantes aos processos de reestruturação tecnológica e de transformações estruturais, dando início a uma nova fase da globalização econômica (...) (LEITE, 2012, p.84).

O papel da globalização, crucial no impulso a essa nova economia, abrangeu tanto os setores econômicos, quanto a emergência de uma cultura global (REIS, 2011). Essas transformações na sociedade são percebidas nos processos de trabalho como também nos hábitos de consumo, nas configurações geográficas e geopolíticas, nos poderes e prática do estado (HARVEY, 1989).

Ana Carla Fonseca Reis aponta que, sob o viés da economia, esta globalização pode ser caracterizada por “uma maior permeabilidade das barreiras nacionais às transações, à mobilidade dos ativos financeiros e à conjugação da fragmentação das cadeias produtivas em escala planetária”, oferecendo “maiores possibilidades de produção, distribuição e consumo de bens e serviços criativos (...)” (REIS, 2011, p.3) a mercados antes inviáveis.

A internacionalização foi uma abertura das fronteiras geográficas de cada sociedade para incorporar bens materiais e simbólicos das outras (GARCIA CANCLINI, 2005, p.32 *apud* REIS, 2011, p.5).

Para Manuel Castells (2009), as sociedades agora são “autoconstruídas” pelas redes. As mudanças dessa nova sociedade estão baseadas na “transformação do espaço, do tempo, do trabalho, da cultura (...) e na globalização como a rede seletiva de lugares e processos pelo planeta” (p.37). As principais atividades que “moldam e controlam a vida humana” (p.71) a partir de então, estão organizadas em redes globais, viabilizadas pela dispersão mundial das tecnologias de informação e comunicação: economia, ciência e tecnologia, cultura e arte, religião e movimentos

sociais, etc. “A sociedade em rede”, afirma, “é uma sociedade global” (p.71). A nova economia “(...) depende da inovação como fonte de crescimento da produtividade; dos mercados financeiros globais informatizados em rede (...); da formação de redes de produção e gerenciamento (...); e de uma mão-de-obra flexível e adaptável” (p.79).

(...) O terreno onde as relações de poder operam mudou principalmente em dois sentidos: ele é primordialmente construído em torno da articulação entre o local e o global; e ele é primordialmente organizado em torno de redes, não de unidades (CASTELLS, 2009, p.96).

A produção de bens e serviços que traziam agregados os valores sociais e econômicos na sociedade industrial fordista, transforma-se numa produção de relação social, onde a criatividade e as relações interpessoais assumem relevante destaque por envolverem a criação do “produto” e o próprio ato de consumo (BRENDASSOLLI; WOOD JR., 2006).

De fato, os avanços da tecnologia e a popularização das redes digitais causaram um grande impacto nas atividades da nova indústria. Esse novo sistema baseado em redes apresenta, entre outros, dois fatores determinantes para a evolução dessa nova economia que se apresenta: em primeiro lugar, o acesso à informação, bem como o controle de seu fluxo que se tornou vital para, segundo David Harvey, se “(...) obter vantagens no campo da produção do conhecimento, das políticas governamentais e da produção dos valores culturais” (p.152). Agora, “o conhecimento da última técnica, do mais novo produto, da mais recente descoberta científica, implica a possibilidade de alcançar uma importante vantagem competitiva” (HARVEY, 1989, p.151).

Um segundo aspecto diz respeito a constituição de uma economia de redes de informação baseada na colaboração. Essa nova cultura *hacker*, que se baseia no compartilhamento do conhecimento e na solidariedade, e centra-se fortemente nos valores da liberdade e da colaboração, é uma das principais constituintes das redes cujos protocolos de comunicação são comuns e desenvolvidos de modo que ideias e opiniões diferentes podem ser compartilhadas para desenvolver o potencial de processos ou produtos, criando ambientes que publicamente valorizam e

recompensam a criatividade (CASTELLS, 2003; SILVEIRA, 2007; LANDRY, 2013). “O conhecimento tende a crescer em vez de se esgotar quando é compartilhado e aplicado. Isso muda a economia de um viés de escassez para uma abundância em potencial” (LANDRY, 2013, p.19-20).

Estabelece-se então um novo paradigma de desenvolvimento que aproxima estas diversas atividades, reconhecendo que a criatividade, o conhecimento, a inovação e o acesso à informação são agora os vetores do desenvolvimento no mundo. O valor agregado é agora também gerado pelas ideias que se transformam em inovações, invenções e direitos autorais (LANDRY, 2009), refletindo numa nova visão do empreendedorismo.

A partir do momento em que a criatividade se transforma em instrumento fundamental de desenvolvimento de mercados, “(...) a procura pelo diferente começou a ganhar espaço”. As mudanças na construção dos valores, segundo Faustino, se baseiam neste conceito, e é nesse contexto que as indústrias criativas “(...) assumem importância crescente, na medida em que, por um lado, proporcionam a democratização da cultura e da arte (...)” (p.28), e por outro, se apresentam como motor para o desenvolvimento da economia (FAUSTINO, 2013).

2.1. Criatividade

Segundo o Relatório de Economia Criativa da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), como anotado por Klaus *et al.* (2015), “não existe uma definição simples de ‘criatividade’ que contemple todas as suas diversas dimensões” (p.159). No campo da psicologia, por exemplo, onde a criatividade individual vem sendo amplamente estudada, não existe um consenso se ela é atributo das pessoas individualmente ou um processo pelo qual as ideias originais são geradas (DUFFY; RAMOS, 2014). Contudo, as características da criatividade em diferentes áreas que envolvem os seres humanos, podem ser estruturadas da seguinte forma:

- Criatividade artística: envolve a imaginação e a capacidade de geração de ideias originais e novas formas de interpretar o mundo, podendo ser expressa nos formatos de texto, som e imagem;
- Criatividade científica: envolve curiosidade e disposição para experimentar e realizar novas conexões com vistas à solução de problemas;
- Criatividade econômica: é um processo dinâmico que resulta em inovação tecnológica, práticas de negócio, marketing, entre outras, e é estreitamente ligada à aquisição de vantagem competitiva na economia (UNCTAD, 2010 *apud* KLAUS *et al.*, 2015, p.159-160).

Para Klaus, a criatividade é uma palavra de múltiplas definições que remete à capacidade de criar o novo e de reinventar o que já existe, diluir paradigmas tradicionais, juntar pontos que parecem desconexos e, com isso, gerar soluções para velhos e novos problemas (REIS, 2008, *apud* KLAUS *et al.*, 2015).

Silva Filho cita que compreender a criatividade é fundamental para descobrir e saber como, quando e onde a criatividade pode ser utilizada. Criatividade envolve a habilidade de criar coisas e conhecimentos novos (FILHO, 2005 *apud* KLAUS *et al.*, 2015).

Ampliando esse conceito, diversos autores contribuem para um maior entendimento sobre o tema:

Deppenador *et al.* (2004) definem a criatividade como a integração entre aptidão, processo e ambiente pelo qual um indivíduo ou grupo produz um produto novo e útil num determinado contexto social (BEGHETTO; KAUFMAN, 2007, *apud* KLAUS *et al.*, 2015, p.162).

Howkins cita seis características da criatividade:

- É um elemento básico da vida;
- É um talento universal;
- É um sinônimo de divertimento;
- É um senso de competição;

- As pessoas criativas tendem a possuir traços de personalidade reconhecíveis;
- É surpreendente (HOWKINS, 2013 *apud* KLAUS *et al.*, 2015, p.162).

Simonton afirma que o indivíduo criativo produz ideias originais as quais são submetidas primeiramente a uma seleção cognitiva e, em seguida, à seleção sociocultural e apenas as ideias adaptativas segundo alguns critérios de utilidade, verdade ou beleza sobrevivem (SIMONTON, 1999 *apud* KLAUS *et al.*, 2015).

Para Charles Landry, a criatividade tem uma capacidade polivalente de solução de problemas e de criação de oportunidades em geral. Sua essência é a capacidade de avaliar e encontrar a maneira de alguém resolver problemas ou circunstâncias incontroláveis, inesperados e incomuns (LANDRY, 2013, p.37).

Brendassolli e Wood Jr., no entanto, alertam que “o processo pelo qual a criatividade transforma-se em um produto com valor de troca é o reconhecimento perceptivo, por parte do consumidor, de que tal criatividade possa lhe ser útil ou usada de algum modo para atender a necessidades suas”. A criatividade, “(...) enquanto insumo-base das indústrias criativas depende, portanto, de reconhecimento e uso” (BRENDASSOLLI; WOOD JR., 2006, p.30).

A criatividade, afinal, é um recurso democrático, presente em qualquer nacionalidade. O desafio é reconhecer o seu valor e potencializar as condições para que se manifeste o ambiente criativo, que requer (...) a articulação de diferentes atores, tanto públicos quanto privados (MESSIAS, 2017, p.120).

O fato é que, em paralelo às discussões sobre criatividade, existe hoje um debate intenso nas empresas em relação à necessidade de inovação. Nesse campo, afirma Landry (2009), o foco tem sido sobre passar de um “estágio de competitividade baseado em investimento (...) para um estágio de competitividade baseado em inovação”. Portanto, continua Landry, “(...) o desempenho competitivo depende da capacidade de produzir bens e serviços inovadores, de fronteira tecnológica, de modo eficiente e sustentável” (LANDRY, 2009, p.11).

As pautas de criatividade e inovação estão ligadas. A precondição para ser criativo é estimular as pessoas a serem curiosas. Com curiosidade, é possível desencadear a imaginação e, com esses atributos, é possível ser criativo. Nesse substrato, novas ideias,

processos, tecnologias, produtos e serviços podem ser inventados. Se as invenções forem aplicadas, elas se tornarão inovações. A essência da criatividade é uma engenhosidade multifacetada e a habilidade de avaliar e encontrar soluções para circunstâncias ou problemas inesperados, inusitados e desafiadores. Também é um processo de descobrir e possibilitar que o potencial se concretize. É imaginação aplicada, usando qualidades como inteligência, inventividade e aprendizado ao longo do tempo. Isso significa que a criatividade pode se manifestar em qualquer campo, do social ao político, do organizacional ao cultural, do tecnológico ao econômico. Ela requer uma atitude de abertura, flexibilidade e habilidade para pensar de modo transversal às disciplinas e aos limites (LANDRY, 2011, p.11).

2.2. Inovação

No cenário econômico atual, a criatividade representa um importante fator de sucesso para as organizações e para as cidades que buscam de alguma forma atrelar-se ao termo (Fig. 01 e 02). “No entanto, a criatividade de forma isolada não possui valor econômico. Ela precisa ter forma e deve ser materializada em um produto comercializável para alcançar valor comercial” (KLAUS *et al.*, 2015, p.159). Isto caracteriza a inovação.

Fig.01 – Recife capital da criatividade



Fonte: Visit.Recife divulgação
<https://www.oconciergeonline.com.br/trade-news/recife-ganha-portal-com-atrativos-para-turistas-e-moradores/>

Fig.02 – 21/04/19 dia mundial da criatividade em Recife



Fonte: Visit.Recife divulgação
<https://www.visit.recife.br-acontece-dia-mundial-da-criatividade>

A inovação é a corporificação da criatividade e da ideia com resultados práticos. Não se faz inovação sem sua aplicação. É necessário pensar de forma diferente para situações desiguais, com ideias que respondam às novas necessidades e desejos do homem (GONÇALVES JR., 2011).

Por décadas negligenciada, a inovação volta então a ocupar o seu merecido espaço no mundo organizacional e acadêmico. “Em decorrência do processo de globalização e da competição, a inovação se tem feito importante enquanto elemento capaz de ampliar a ‘competitividade e o desenvolvimento de nações, regiões, setores, empresas e até de indivíduos’” (CASSIOLATO & LASTRES, 2000, p.237, *apud* CAMPOS *et al.*, 2014, p.169).

Como processo organizacional, a inovação é vista pelos empreendedores como oportunidade: não basta que as empresas ofereçam bens ou serviços quaisquer, elas têm sempre que aperfeiçoá-los e torna-los mais econômicos e atrativos, num processo contínuo de atualização e renovação (GONÇALVES JR., 2011).

Elifas Gonçalves Jr. (2011) também aponta que as experiências mudam a forma de perceber, pensar e planejar comportamentos cotidianos. A intuição, adquirida por essa experiência, é prática fundamental para os processos de criação, inovação e tomada de decisões. Para ele, a inovação acarreta em algo que modifica o conceito ou o contexto inicialmente estabelecido e enumera diversos estudos de diversos autores sobre definição de inovação que se complementam, contribuindo para um maior entendimento sobre o tema:

Goswami aponta que a inovação é a descoberta de algo novo num contexto novo (inovação fundamental) ou a descoberta de um sentido novo num contexto velho (inovação situacional) (GOSWAMI, 2006, *apud* GONÇALVES JR., 2011).

Christensen divide as inovações em dois grupos: a inovação disruptiva, que permite uma revolução nos padrões conhecidos e já estabelecidos; e a inovação sustentadora, que se baseia no entendimento de que é sempre possível melhorar os serviços ou processos existentes no mercado. Dessa forma, a inovação não mais pode ser considerada uma função à parte, deve se estender a todos os setores de uma empresa e a todas as suas atividades (CHRISTENSEN, 2007, *apud* GONÇALVES JR, 2011).

Segundo Govindarajan e Trimble, focar nas ideias (criatividade) pode desencadear uma energia mais imediata, mas focar na execução (inovação) é bem mais eficiente (GOVINDARAJAN e TRIMBLE, 2010, *apud* DUFFY; RAMOS, 2014).

Reis chama a atenção para um fato importante e relevante, reflexo desse conjunto de transformações:

A vasta maioria das empresas criativas consiste de uma miríade de micro, pequenas e médias empresas, bem como empreendedores individuais, que coexistem com empresas integradas, horizontal e verticalmente. Mais importante, mesmo nos setores nos quais as empresas internacionais são dominantes, as micro e pequenas empresas desempenham um papel fundamental de criatividade e inovação. Elas são tipicamente as que assumem riscos e as primeiras a adotar inovações, além de sinalizar tendências e desenvolver talentos (REIS, 2011(2), p.163).

Não à toa, vemos o surgimento de novas empresas criativas incorporadas ao nosso dia-a-dia, não constituídas a partir de ações de grandes oligopólios ou corporações (convencionais) já estabelecidas nas mais diversas áreas de atividades econômicas e sociais – mobilidade, entretenimento, tecnologia, turismo, sustentabilidade, entre outras. Essas empresas, que, não raro, rapidamente alcançam escala, buscam oportunidades e soluções inovadoras para questões reais das cidades contemporâneas. (Fig. 03).

Fig.03 – painel empresas criativas



Fonte: autor

2.3. Empreendedorismo

Do ponto de vista acadêmico, os professores de Gestão da Inovação, John Bessant e Joe Tidd (2009), apontam que "(...) embora o processo inicial possa precisar de

habilidades e inspiração de um indivíduo, o processo final exige a contribuição de inúmeras pessoas no decorrer de um período pré-estabelecido”, significando que “(...) qualquer inovação bem-sucedida é, na realidade, uma história sobre a combinação de esforços criativos de muitos indivíduos”. Eles descrevem que estes conceitos sobre inovação e empreendedorismo podem partir de três diferentes abordagens: “i) pessoal ou individual, que enfatiza o papel da criatividade; ii) coletiva ou social, que enfatiza a contribuição de equipes e grupos; e iii) contextual, que focaliza as estruturas, o ambiente, os processos e as ferramentas” (BESSANT; TIDD, 2009, p.60).

Entre os diversos estudos sobre os conceitos do (novo) empreendedorismo atrelado à nova economia, o professor e consultor em cultura e história Luís Carvalheira de Mendonça, por exemplo, aponta que apesar dos temas empreendedorismo e empreendedor não trazerem consenso quanto às suas definições, algumas convergências, porém são dignas de registro: a expressão não é recente e sua paternidade “(...) se deve a Jean Baptiste Say, economista francês que viveu no século XIX e a usou no texto intitulado ‘Tratado de Economia Política’” (MENDONÇA, 2011, p.52). Mendonça continua:

Foi o economista austríaco Josef Schumpeter por meio de seu livro intitulado ‘Teoria do Desenvolvimento Econômico (1961) que analisou a evolução do capitalismo e introduziu a ideia de que tal sistema econômico atravessa crises cíclicas e que, nesses momentos há pessoas que enxergam oportunidades para inovar através do lançamento de novos produtos, novos mercados e novos processos de produção. A partir dessa obra, o conceito passou a ser difundido e aplicado nos ambientes acadêmicos, em especial na área da economia (MENDONÇA, 2011, p.52 e 53).

O empreendedor atua como agente dessa mudança, introduz a inovação, rompendo com as velhas estruturas estabelecidas, “(...) sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros” (SCHUMPETER, 1961, p.27 *apud* MENDONÇA, 2011, p.57).

Mendonça (2011) afirma ainda que nos Estados Unidos, nos anos sessenta, Peter Drucker ampliou o conceito de Schumpeter, alertando que o empreendedor, mais do que introdutor de paradigmas, é aquele que vislumbra o empreendedorismo como um comportamento e como tal pode ser despertado:

Ao lado da inovação, oportunidade e mudança, o empreendedor, ou melhor dizendo, o espírito empreendedor não seria algo encontrado apenas na cabeça dos grandes visionários. As pessoas que enxergam oportunidades e que ousam satisfazer as necessidades vislumbradas nessas oportunidades, qualquer que seja o tamanho ou a natureza da organização, seriam pessoas dotadas do espírito empreendedor (MENDONÇA, 2011, p.58).

Bessant e Tidd (2009) resumem a definição de empreendedor como aquele que: i) busca “(...) identificar novas oportunidades e maneiras de se beneficiar da mudança e da ruptura”; ii) persegue “(...) oportunidades com disciplina e foco em um número limitado de projetos, em vez de seguir, de maneira oportunista, todas as opções”; iii) “volta-se para a ação e a execução, em vez de para a análise sem fim”; e iv) envolve e ativa “(...) redes de relacionamentos, explorando a experiência e os recursos de uns, (...) ajudando outros a alcançar seus próprios objetivos” (BESSANT; TIDD, 2009, p.290). O que Howkins (2001) já havia traduzido da seguinte forma:

Talvez o maior impacto da economia criativa não esteja apenas dentro dos segmentos criativos tradicionais, mas na forma como suas habilidades e modelos de negócios estão sendo usados para criar valor em outras áreas. O uso da imaginação, a gestão do capital intelectual, a melhor forma de incentivar e recompensar pessoas criativas, as escalas de tempo reduzidas, a reação ao sucesso e ao fracasso; essas habilidades, que somente agora passaram a fazer parte da agenda das empresas convencionais, são atributos essenciais da pessoa criativa (HOWKINS, 2001, p.20).

2.4. A Economia Criativa e a Indústria Criativa

Embora não exista um consenso quanto às raízes da chamada “economia criativa”, é fato que sua origem surge a partir das discussões sobre o impacto da globalização, das novas tecnologias de informação e comunicação, da criatividade e inovação, além da importância da preservação da cultura (e sua diversidade) como amálgama social das nações.

A cultura tornou-se a partir da industrialização e da dominância do vocabulário econômico na descrição de nossas sociedades (ou “economias”), um tipo de recurso ao qual é possível associar indicadores de desempenho, lucratividade e crescimento (...). Mais recentemente, porém, com a emergência de novas retóricas e com mudanças nas relações socioeconômicas, sobretudo dos países desenvolvidos, como “nova economia”, “economia do conhecimento”, “sociedade em rede” e “sociedade da informação”, a cultura parece estar sendo reapropriada mediante sua conversão em “código”, “informação”, mediante sua característica “imaterial” (BRENDASSOLLI; WOOD JR., 2006, p.2-3).

As discussões sobre “economia criativa” enfocam a valorização do conhecimento, da criatividade e da inovação como novos ativos econômicos. Em quase todos os setores econômicos, desde a revolução agrícola, “(...) aqueles que criam e inovam continuamente obtêm sucesso ao longo prazo. No entanto, nas últimas décadas as empresas começaram a reconhecer a relevância da criatividade e da inovação e a considera-los em seus planejamentos estratégicos” (FIRJAN, 2012, *apud* KLAUS *et al.*, 2015, p.155).

Os registros apontam que a expressão *Creative Nation* surgiu em 1994 na Austrália (*Department of Communications, Information Technology and the Arts*, Austrália, 2004) e já prenunciava “uma convergência entre objetivos culturais, econômicos e sociais, em uma espécie de desenho de ‘economia criativa’ (...)” (p.8). Três anos depois, o governo britânico coloca a criatividade como atividade central do “programa estratégico do país, enfatizando sua importância para a consecução de objetivos socioeconômicos e a consequente competitividade mundial da economia britânica” (REIS, 2011, p.9). Em 1998, o DCMS (*Department of Culture, Media and Sports*) do governo britânico identifica 13 setores⁴ de maior potencial para a economia do país, definidos como “indústrias criativas”⁵:

As indústrias criativas são baseadas na criatividade, talento e habilidades individuais, e tem, acima de tudo, um grande potencial de geração de emprego e renda (...), e exploração de propriedade intelectual (...), uma vez que englobam os setores de grande crescimento e dinamismo na sociedade do conhecimento (DCMS, 1998).

Para Brendassolli e Wood Jr. (2006), “no bojo da chamada ‘economia da criatividade’, a cultura é produção individual e coletiva de significados (...)” e, “o termo que, ao que parece, está rebatizando a nova sensibilidade em relação à cultura é o de indústrias criativas” (p.3). As indústrias criativas, conforme indicam os autores, “referem-se à convergência de três campos anteriormente mantidos separados: as artes, as indústrias culturais e as novas tecnologias digitais de informação” (p.1).

⁴ Os 13 setores inicialmente definidos como criativos pelo DCMS são: publicidade e propaganda, arquitetura, arte, mercado de antiguidades, computadores, videogames, artesanato, design, moda, filme e vídeo, música, artes performáticas, editoração, software, rádio e tv.

⁵ No Brasil, o debate sobre ‘indústrias criativas’ iniciou-se em 2004 na 11ª edição do Encontro Quadrienal da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), no qual se difundiam os benefícios econômicos e culturais gerados pela ‘economia criativa’ (REIS, 2011).

Esse tema vem sendo abordado e desenvolvido em vários estudos através de diferentes áreas do conhecimento na busca por respostas aos seus respectivos questionamentos que, até então, não foram conclusivos devido à grande extensão e subjetividade e dinâmica da temática em questão (Quadro 1).

Brendassolli *et al.* apontam dentre as diversas definições de indústrias criativas, quatro componentes principais:

- A criatividade é o elemento central, sendo percebida como necessária para a geração de propriedade intelectual;
 - A cultura é tratada na forma de objetos culturais, ou seja, a percepção de utilidade gerada pelo objeto cultural é antes de tudo derivada da atribuição de valor pelo consumidor, no próprio ato do consumo, e não de suas propriedades físicas ou materiais;
 - As indústrias criativas transformam esses significados em propriedade intelectual e, portanto, em valor econômico;
 - Observa-se um pressuposto de convergência entre artes, negócios e tecnologia.
- (BRENDASSOLLI *et al.*, 2009, p.12-13).

Quadro 1 – definições de indústrias criativas

DEFINIÇÃO	REFERÊNCIAS
“Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual (...). As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)”.	DCMS (2005, p.5)
“A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos”.	Hartley (2005, p.5)
“Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual”.	Howkins (2005, p.119)
“Indústrias criativas produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e (...) empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação”.	Jaquaribe (2006)
“As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento, (...) operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural. (...) O setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade”.	Jeffcutt (2000, p.123-124)
“As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um <i>continuum</i> que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (...) que tendem a ser trabalho-intensivas e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (...)”.	Cornford e Charles (2001, p.17)

Fonte: BRENDA SOLLI *et al*, 2009, p.12.

Nesse contexto, Paulo Faustino (2013) afirma que as indústrias criativas assumem uma função de extrema importância para a diversidade cultural, desenvolvimento humano e inclusão social:

Constituídas por artistas independentes, microempresas e algumas das maiores multinacionais do mundo, as indústrias criativas ocupam lugar entre os setores mais dinâmicos do comércio mundial. Os produtos culturais e criativos são, hoje, encarados como recursos tão valiosos como foram o ferro e o carvão na era industrial. A diferença é que estas – ferro e carvão – podiam ser encontrados no subsolo, enquanto os produtos culturais e criativos decorrem da capacidade intelectual e criativa do ser humano, da sua prática social, da linguagem do cotidiano e dos códigos de moda. Pensar que a ciência, indústria e cultura são setores ou atividades distintas – e sem possibilidade de se relacionarem – é uma ideia obsoleta e manifesta um grande constrangimento ao progresso da sociedade e ao desenvolvimento dos negócios. No contexto da economia criativa não existem diferenças entre a criatividade do cientista, artista ou

empresário – ou seja: a atitude de criar coexiste com a necessidade de comercializar (FAUSTINO, 2013, p.36).

Faustino também aponta que, segundo relatório da UNESCO, de 2006, naquela data quase um terço dos trabalhadores dos países industrializados trabalhavam no setor criativo em diversas áreas do conhecimento, concluindo que “(...) direta ou indiretamente, todos os negócios recorrem à cultura e à criatividade” (FAUSTINO, 2013, p.36). O relatório IBM 2010 Global CEO Study⁶, “concluiu que a criatividade (60%) é a mais importante qualidade de liderança para o sucesso, superando a integridade (52%) e o pensamento global (38%)” (LANDRY, 2013, p.7). O Fórum Econômico de Davos, em 2018, apontou a criatividade como uma das três principais habilidades necessárias – ao lado da capacidade de resolver problemas complexos e do pensamento crítico – para o profissional do futuro⁷.

A Economia Criativa se caracteriza por modelos de negócios em que predominam a colaboração em vez da competição, a expressão da cultura e o uso de tecnologias, com espaço para tipos de trocas que não necessariamente se baseiam nas moedas circulantes. Uma economia em que as partes interessadas somam esforços e recursos em benefício do interesse coletivo e da satisfação pessoal, com ganhos sociais, ambientais, econômicos, culturais e éticos – especialmente nas cidades (MESSIAS, 2017, p.21).

Dessa forma, qualquer cidade, a partir do entendimento das mudanças estruturais na sociedade contemporânea, estará repleta de pessoas que vislumbram oportunidades, transformando-as em novos processos, organizações e produtos (MENDONÇA, 2011). A Economia Criativa ao produzir benefícios aos setores de serviços e manufaturas relacionados, promovendo a diversificação econômica, é capaz de reativar áreas urbanas decadentes, desenvolver áreas rurais remotas e promover a preservação dos recursos ambientais e patrimônios culturais das cidades (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2012).

A preocupação de diversos governos sensíveis a estas mudanças, nas palavras de Pedro Bendassolli e Thomaz Wood Jr. (2006),

⁶ IBM, *Working Beyond Borders: Insights from the Global Chief Human Resource Officer Study* (IBM 2010 Global CEO Study, Nova York: IBM Corporation, 2010).

⁷ Criatividade será a 3ª habilidade mais importante para o mercado de trabalho futuro. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2019/09/criatividade-sera-3a-habilidade-mais-importante-para-o-mercado-de-trabalho-futuro/>

(...) direciona-se no sentido do aproveitamento dos potenciais das indústrias criativas para o desenvolvimento de suas cidades. Isso aconteceria de duas formas principais: por meio do desenvolvimento de estratégia de regeneração, como quando uma cidade perde uma indústria pesada; ou por estratégias generativas, quando, ao inverso, uma cidade nunca teve uma malha fabril forte (...). Mesmo assim, há pesquisadores que destacam também que as indústrias criativas podem contribuir para políticas de inclusão e desenvolvimento social, sobretudo em sua contribuição com a formação e educação dos indivíduos envolvidos (BANKS, 1999; HESMONDHALGH, 2002) em espaços nas chamadas cidades criativas (TAY, 2005) (BENDASSOLLI; WOOD JR, 2006, p.5-6).

A cultura agora, como afirma Wanis, “(...) passa a ser parte decisiva na gestão de cidades, que passa por uma nova transformação para tentar se adequar à realidade das produções imateriais”. Desse modo, continua, “(...) as transformações espaciais ultrapassam as dimensões físico-territoriais e passam a estar relacionadas mais diretamente com aspectos das culturas locais” (WANIS, 2015, p.117).

O ideário de cidade criativa (...) impulsiona o discurso econômico, trazendo a cultura à centralidade da pauta urbana, como justificativa de valor, tornando-se, então, ferramenta de mobilização de recursos econômicos (WANIS, 2015, p.118).

A economia criativa é movida, portanto, pela criatividade e a inovação como matérias-primas. Dessa forma, esse processo criativo se torna tão importante quanto o produto final - uma cadeia produtiva baseada no conhecimento, capaz de produzir riqueza, gerar empregos, distribuir renda e mudar uma realidade socioeconômica desfavorável. A base dessa economia está na capacidade que as pessoas possuem de serem inventivas. Habilidade essa que se dá de modo diverso, complexo e transversal para solucionar problemas em todas as áreas e escalas, descobrindo novas formas de gerar riquezas e transformações urbanas e sociais a partir de ideias – a base da “cidade criativa”.

3. A CIDADE CRIATIVA

A (R)evolução é (Re)desenhar o futuro.
(adaptado de 'A Revolução do Design', Victor Falasca Megido)

“Na esteira da eclosão dos debates sobre economia criativa (...)” (REIS, 2012, I.41), em um contexto de grandes e profundas mudanças econômicas, sociais e culturais, estabelece-se um consenso de que esses novos sistemas econômicos nutrem e dão forma e ambiência às cidades, onde, efetivamente, se desenvolvem as relações econômicas e humanas (REIS, 2011), iniciando a formação do conceito de “cidades criativas”, que ressalta a importância da criatividade para a cidade e sua repercussão socioeconômica.

Transportada para a escala urbana, a criatividade pode desencadear transformações a partir da inovação na gestão das cidades e na criação de novos arranjos de governança entre as esferas pública, privada e sociedade civil, através de políticas, estratégias, modelos e ações que a favoreçam. A cidade, dessa maneira, começará a ser vista também como um polo que passa a atrair talentos e negócios criativos para prosperarem em um espaço urbano que os beneficiem.

A criatividade e a inovação, portanto, são recursos cruciais ou armas vitais para o desenvolvimento das cidades criativas. A cidade se tornará criativa por completo quando houver inovações sociais e quando a criatividade existir em áreas como saúde, serviços sociais, política e governança (LANDRY, 2013).

A cidade criativa é o principal *locus* onde múltiplas conexões favorecem transações e negócios inovadores em setores da EC, com o uso intensivo de novas tecnologias e especializadas ofertas de experiências. Multiplicam-se as ofertas criativas de serviços diversos com o uso de ferramentas tecnológicas, cada vez mais acessíveis; práticas que giram a economia urbana e contribuem com a desmaterialização da economia. Uma cidade criativa cultiva o ambiente criativo, as áreas verdes, o usufruto cultural, o respeito às diversas manifestações e expressões culturais. Concentra em seu território grande número de representantes da classe criativa, que a fazem pujante; e investe em políticas de turismo, planejamento urbano sustentável, patrimônio cultural e imaterial, educação criativa e formação e fomento cultural (MESSIAS, 2017, p.220).

Os impactos na organização do trabalho e das cidades, decorrentes do processo de desindustrialização no ocidente, reduziu o poder dos trabalhadores braçais ao mesmo tempo em que aumentou o número de profissões ligadas à crescente economia do conhecimento (LANDRY, 2013). A administração dessa transição é uma das chaves que alavancam o “ressurgimento” das cidades apoiado em “seus recursos em aprendizado, sua capacidade de ajudar a troca e as transações, suas instituições culturais e uma vida (...) mais rica e vibrante, seu estoque de edifícios e infraestrutura, bem como suas ligações de transporte” (LANDRY, 2012, p.21), sendo esse protagonismo local fator preponderante para a construção da paz e da justiça social na cidade criativa.

Neste sentido, é preciso criar condições favoráveis e contextualizadas às cidades para que a criatividade emergja e se concretize em seu benefício. A ação conjunta de governo e sociedade contribuirá para a preservação da história, da identidade, da diversidade e de seu valor simbólico, e é fator determinante para a sua transformação em criativas (REIS, 2012; MESSIAS, 2017).

O debate, no sentido de transformação das cidades em espaços onde seus cidadãos possam desenvolver e usufruir de sua criatividade nos mais amplos e abrangentes aspectos da sociedade, também surgiu, a reboque dos conceitos de economia criativa e indústrias criativas, de caminhos diversos, porém convergentes e complementares. Dentre eles, pode-se destacar

(...) a busca por um modelo de organização urbana coerente com um paradigma socioeconômico em transição do industrial para uma economia norteadada pelo setor secundário. Por trás disso jaz o entendimento de que a competitividade econômica das regiões depende de inovação (de processos, produtos, sociais, culturais etc.), de que esta por sua vez bebe da criatividade e que, portanto, quão mais criativo for o ambiente no qual as pessoas / os trabalhadores residem e trabalham, mais realizadas e criativas elas poderão ser e, por decorrência, mais pujantes serão a economia e a cidade (REIS, 2012, l.41).

Embora as discussões sobre o papel da criatividade no ambiente urbano tomassem corpo a partir dos anos 1990 (REIS, 2012), o tema já esteve em pauta um pouco antes: Jane Jacobs, jornalista norte-americana descreve que os centros urbanos, como locais de concentração de pessoas, de diversidade cultural e populacional,

favorecem o surgimento de ideias e dos processos de inovação (JACOBS, 1961). Em sua obra *The Death and Life of Great American Cities* (Morte e Vida de Grandes Cidades, 1961), Jacobs alertava para a necessidade da busca de novos caminhos de desenvolvimento das cidades, observando-se não apenas os aspectos bem ou malsucedidos até então disseminados e implantados, mas o entendimento dos processos e singularidades na vida urbana de cada contexto específico.

Antes, em 1960, o urbanista norte-americano Kevin Lynch em sua obra *A Imagem da Cidade*, decifra a cidade através da visão de seus habitantes, para quem, afinal, a cidade é feita. Lynch, certamente, é um dos pioneiros a destacar o envolvimento participativo dos cidadãos nas questões urbanas: “A cidade não é construída para uma pessoa, mas para um grande número delas, todas com grande diversidade de formação, temperamento, ocupação e classe social” (LYNCH, 2011, p.123).

Precisamos de um ambiente que não seja simplesmente bem organizado, mas também poético e simbólico. Ele deve falar dos indivíduos e de sua complexa sociedade, de suas aspirações e suas tradições históricas, do cenário natural, dos complexos movimentos e funções do mundo urbano. (...) Ao aparecer como um lugar admirável e bem interligado, a cidade poderia oferecer uma base para o agrupamento e a organização de tais significados e associações. Em si mesmo, esse sentido de lugar realça todas as atividades humanas que ali se desenvolvem e estimula o depósito de um traço de memória (LYNCH, 2011, p.134).

Ainda fora da pauta do conceito de “cidades criativas”, autores como Manuel Castells, Peter Hall e Saskia Sassen desenvolveram seus trabalhos acerca dos impactos dos processos de transformação da economia no território e na organização das cidades, apontando a necessidade para a adoção de novas formas de planejamento e gestão urbanas (LEITE, 2012).

Para o bem e para o mal, (a cidade) o convida a refazê-la, a consolidá-la, numa forma em que você possa viver nela. Você também. Decida quem você é, e a cidade mais uma vez vai assumir uma forma ao seu redor. Decida o que ela é, e a sua própria identidade será revelada, como um mapa fixado por triangulação. As cidades, ao contrário dos povoados e pequenos municípios, são plásticas por natureza. Moldamo-las à nossa imagem: elas, por sua vez, nos moldam por meio da resistência que oferecem quando tentamos impor-lhes nossa própria forma pessoal. Nesse sentido, parece-me que viver numa cidade é uma arte, e precisamos do vocabulário da arte, do estilo, para descrever a relação peculiar entre homem e material que existe na contínua interação criativa da vida urbana. A cidade tal como a imaginamos, a suave cidade da ilusão,

do mito, da aspiração, do pesadelo, é tão real, e talvez mais real, nas monografias de sociologia urbana, de demografia e de arquitetura (RABAN, 1974, p.9-10 *apud* HARVEY, 1989, p.17).

David Harvey (1989) pontua que o planejamento e o desenvolvimento no campo da arquitetura e urbanismo devem vislumbrar o tecido urbano das cidades como algo fragmentado, ao contrário da ideia modernista que encarava o planejamento urbano em grandes escalas, tecnologicamente racionais e eficientes. Entre tantas mudanças no cotidiano desses centros urbanos, os ambientes construídos constituem elementos da experiência urbana: o modo como os espaços da cidade hoje se organizam “formam uma base material a partir da qual é possível pensar, avaliar e realizar uma gama de possíveis sensações e práticas sociais” (HARVEY, 1989, p.69). Circunstância que “implica o desenho e implementação de políticas públicas, em articulação com outras entidades públicas e privadas, que valorizem a reorganização do território, as atividades culturais, o patrimônio e o capital humano” (FAUSTINO, 2013, p.21).

Nesse processo, a cidade criativa representaria a essência do fenômeno urbano histórico, já que desde sempre as cidades foram moldadas pelas lógicas de diversidade e complexidade – ambas fundamentais para a troca de ideias, mercadorias e conhecimento, essenciais para o processo criativo. A diferença, no século XXI, se daria pelo ritmo de mudanças econômicas, culturais e sociais sem precedentes, ocasionadas pelas tecnologias de informação e comunicações e pela mobilidade global de pessoas, mercadorias e ideias (REIS, 2012, l.60).

O processo de transformação das cidades é perene, a depender da velocidade dos meios que cada sociedade tem naquele momento. “Até o final da primeira metade do século XIX seriam pendentes da velocidade do navio/barco; na segunda metade do século XIX seria pendente da velocidade do trem; hoje, século XXI, cabe na rede e transmitida por satélite, em milésimos de segundo” (REYNALDO, 2020⁸).

“A transição pós-industrial na segunda metade do século XX resultou em novos desafios para as cidades no que se refere à atração de capital humano e financeiro (...)”. Agora, “os indivíduos ocupam variados setores – maior participação dos serviços, geram conhecimento, inovação, absorvem novas tecnologias, comunicam-se facilmente e deslocam-se em grande escala” (VAZ DE MELO; PAIVA, 2016,

⁸ Em entrevistas realizadas em fevereiro de 2020.

p.1289). Hoje as cidades são muito mais do que simples acumulações de capital e trabalho, são também palco onde outros tipos de fenômenos florescem (REIS, 2011).

Com o aprofundamento sobre a temática da “economia criativa”, “(...) à medida que as cidades (...) lutavam com a reestruturação industrial (...)” e “os setores culturais pareciam ser uma possível resposta para um enigma misto de problemas, como a necessidade de novos empregos, a manutenção da identidade em um mundo em mudança e a promoção da inclusão social” (LANDRY, 2013, P.32), as primeiras menções ao termo “cidade criativa” envolveram, entre as décadas de 1980 e 1990, profissionais relacionados às áreas de economia, sociologia e urbanismo, no eixo Austrália - Reino Unido – Estados Unidos – Canadá.

“A primeira consolidação bibliográfica de envergadura dessas ideias veio a luz com a publicação do livro *Creative Britain*, de autoria do secretário de estado da Cultura, Mídia e Esporte, lorde Chris Smith” (I.42), do Reino Unido, em 1998, que havia sido encarregado pelo então primeiro-ministro Tony Blair de “liderar uma força-tarefa unindo (...) todas as pastas do governo nacional, representações regionais, o *British Council* (...) e grandes nomes do empresariado” (I.43), em busca de soluções que injetassem “competitividade à quarta maior economia do mundo, sentindo-se ano após ano combalida no cenário pós-industrial e ainda eivada por problemas sociais” (REIS, 2012, I.43).

A ligação explícita com questões urbanas se faz não apenas pelos projetos de recuperação de cidades de história marcadamente industrial, a exemplo de Birmingham e Manchester, mas também ao propor transformar o Reino Unido “no” polo criativo do mundo, tendo por base a recuperação da economia, bem como a criação de ambientes urbanos favoráveis ao florescimento da criatividade (REIS, 2012, I.43).

Dentre os vários nomes que se pode destacar na pesquisa e formulação desses conceitos, o jornalista inglês John Howkins, reconhecido como o “pai da economia criativa”, descreve em sua obra *The Creative Economy : How people make money from ideas* (Economia Criativa: Como ganhar dinheiro com ideias criativas, 2001) que as cidades criativas são compostas por lugares com muitas pessoas, com mercados ativos, ambientes construídos apropriados e com redes de banda larga;

apontando que nesses locais “(...) o aprendizado é mais rápido, a colaboração mais fácil e a novidade mais estimulante” (HOWKINS, 2001, p.11).

O economista norte-americano Richard Florida afirma que as cidades que se pretendem criativas, precisam atrair uma nova classe de profissionais do conhecimento para impulsionar a inovação e seu crescimento econômico (FLORIDA, 2002). Para Florida, o lugar passa a desempenhar novamente um papel decisivo para a economia: talento, inovação e criatividade estão reunidos em localidades específicas e não distribuídos igualmente pelo mundo. Esta concentração crescente de talento e pessoas produtivas ao redor desses locais, tornam-se cada vez mais os motores do desenvolvimento e crescimento econômico (LEITE, 2012), uma vez que a classe criativa passa a ter um forte laço com o local que escolhe para residir, satisfazendo o seu estilo de vida.

O também economista australiano David Throsby, em relatório publicado pela UNCTAD (*Creative Economy Report*), em 2008, aponta que o termo “cidade criativa” descreve

(...) um complexo urbano, no qual atividades culturais de vários tipos são um componente integral do funcionamento econômico e social da cidade. Tais cidades tendem a ser construídas sobre uma forte infraestrutura social e cultural, a ter altas concentrações relativas de emprego criativo e a ser atraentes para investimentos, devido aos seus equipamentos culturais consolidados. (UNCTAD, 2008, p.40 *apud* REIS, 2012 I.52).

Neil Bradford, cientista político canadense, define as cidades criativas como locais de experimentação e inovação, onde a capacidade da criatividade humana é capaz de “(...) impulsionar o desenvolvimento socioeconômico e a qualidade de vida de um local, fomentando fluxos e talentos, investimentos e inovações, quando gerenciada por uma política pública abrangente, multisetorial e com engajamento social” (REIS, 2012, I.54).

O geógrafo inglês radicado nos Estados Unidos, Allen Scott, autor do relatório *Creative Cities: Conceptual issues and policy questions* (Cidades Criativas: Questões conceituais e de política, 2006), aponta para a vantagem competitiva das cidades criativas, defendendo que

No mundo de hoje, o alcance de muitas cidades se estende além dos limites nacionais imediatos, e as cidades com forte incidência de setores criativos – especialmente indústrias da nova economia, como produção de alta tecnologia, serviços corporativos e financeiros indústrias de mídia e culturais, e manufatura neoartesanal – estão geralmente na vanguarda dessa tendência. (Allen, 2006, p.13 *apud* REIS, 2012, I.57).

Os estudos de Scott apontam também para a necessidade de uma cooperação estratégica intra-urbana para alimentar e difundir a criatividade (REIS, 2012).

Se pelo lado da gestão urbana isso demanda a convergência de interesses públicos e privados e entre as várias políticas setoriais, pelo lado do desenho de política urbana permite imaginar a cidade como um aglomerado de distritos, com suas singularidades sociais, econômicas e culturais, que ao mesmo tempo se complementam e competem entre si por residentes e investimentos diretos e indiretos, públicos e privados (REIS, 2012, I.57).

Entre tantos outros autores, o já citado arquiteto britânico Charles Landry, tido como o primeiro a empregar o termo “cidade criativa” em sua publicação de 1995, *The Creative City* (com Franco Bianchini), tem maior relevância neste trabalho por ampliar a noção de cidade criativa para além do foco em atividades artísticas ou em economia criativa, trazendo temas como dinâmicas políticas e sociais de fomentação da criatividade, ambientes criativos, além de revelar a importância da história e tradição na criatividade das cidades como atributos indissociáveis do seu futuro.

Nessa primeira publicação sobre o tema, Landry e Bianchini afirmam que as cidades são seres vivos com fases de crescimento, estagnação e declínio e para isso, faz-se necessário repensar o papel das cidades e seus recursos disponíveis, bem como o funcionamento de seu planejamento urbano no momento em que o mundo atravessa mudanças dramáticas. Esta viabilidade urbana é justamente “a capacidade das cidades de se adaptar e responder a mudança das circunstâncias” (REIS, 2011, p.34).

Nessa obra, como em todas as seguintes, Landry atribui papel crucial à cultura, seja como processo (de criação estética e funcional), por sua carga simbólica, seu impacto econômico, sua atratividade turística, como parte de uma agenda de inclusão social ou, finalmente, por seu impacto em setores à primeira vista alheios ao campo cultural (REIS, 2012, I.43).

Em *The Creative City: A toolkit for urban innovators* (A Cidade Criativa: Um *kit* de ferramentas para os inovadores urbanos, 2000), Landry, além de reafirmar a necessidade de se repensar o papel das cidades e seus recursos, dá ênfase “(...) a singularidade dos espaços (...)”, alertando para que “(...) os recursos culturais e criativos sejam contemplados de forma contextualizada” (REIS, 2012, I.44).

Tomada de forma conjunta, a obra de Landry sugere alguns traços característicos das cidades criativas: valorização dos recursos culturais (dentre os quais a diversidade); correlação entre recursos culturais e potencial de desenvolvimento econômico; políticas públicas transdisciplinares; maior participação cidadã; existência de incentivos à criatividade; infraestrutura criativa (*hard*) e estado mental favorável à criatividade (*soft*), que promovem as ideias, manifestações e busca de soluções criativas em toda a sociedade e em toda a economia. Para isso, identificam e promovem talentos, mas também os atraem e mantêm (REIS, 2012, I.45).

Segundo Landry, “(...) as indústrias criativas, do design à música, das artes do espetáculo às visuais, ocuparam o centro da cena dos debates, por seu papel como eixo econômico, criador de identidade urbana ou fator de geração de turismo e imagem (...)” (LANDRY, 2009, p.10), indicadores básicos das cidades criativas. De fato, com a transformação iminente da economia, as cidades “(...) precisam criar condições para as pessoas pensarem, planejarem e agirem com imaginação. O ambiente construído é o cenário crucial para criar um meio social” (LANDRY, 2013, p.42).

No âmbito da diversidade atrelada às questões de sustentabilidade das cidades, Douglas Farr, arquiteto e urbanista norte-americano, desenvolve seu livro *Urbanismo Sustentável – desenho urbano com a natureza* (2013) sob a forma de um manual de esforços de sustentabilidade, apontando para que tal prática se torne padrão de assentamento humano no futuro próximo, e propondo que o(s) centro(s) da(s) cidade(s) tenha(m) limites definidos e seja(m) diversificado(s) em relação a tipos de edificações, pessoas e usos, e dessa forma promover o desenvolvimento econômico, preservando o patrimônio, valorizando iniciativas culturais e, ao mesmo tempo, fortalecendo a participação popular nas decisões de planejamento das cidades (FARR, 2013).

Muitos líderes progressistas agora concebem e defendem um equilíbrio do qual todos saem ganhando, entre as necessidades da natureza (...). Um número pequeno, mas crescente de líderes está

começando a reconhecer as oportunidades para aprimorar a sustentabilidade inerente de um urbanismo diverso, com espaço para as pessoas caminharem, integrado com edificações e infraestrutura de alto desempenho (FARR, 2013, p.xiii).

Jaime Lerner, arquiteto e urbanista brasileiro, prefeito de Curitiba por três vezes (1971-1975, 1979-1984, 1989-1993) e governador do Paraná por duas vezes (1995-1999, 1999-2003), aponta que qualquer cidade pode ser “criativa” e que esse processo, baseado na construção de um “sonho coletivo”, é o que vai induzir uma aspiração coletiva e conseqüente mobilização de esforços para que este “sonho” se realize. Para ele, a qualidade de vida urbana é expressa por três conceitos: sustentabilidade, mobilidade e solidariedade e “a integração é a palavra-chave para caracterização de uma ‘cidade criativa’” (LERNER, 2009, *apud* REIS, 2011, p.50).

Com a temática em pauta e a vasta discussão aberta sobre seus caminhos,

O tema das cidades criativas ganhou fôlego e visibilidade internacional em face das experiências bem-sucedidas das cidades que identificaram a criatividade como fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. Com efeito, em 2004, a Unesco criou a Rede de Cidades Criativas (UNESCO *Creative Cities Network* – UCCN), com o objetivo de promover a cooperação com e entre as cidades-membro. O programa da UCCN é uma das principais contribuições da UNESCO para a Agenda 2030 e a Nova Agenda Urbana na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no nível local. Em 2017, a UCCN passou a contar com 180 cidades-membro em 72 países; as quais trabalham com o objetivo comum de levar a criatividade e os setores culturais para o coração de seus planos de desenvolvimento local e de cooperar ativamente entre si (MESSIAS, 2017, p.223).

Ana Carla Fonseca Reis faz uma síntese (Quadro 2) com os principais conceitos, pesquisadores e características atribuídas às cidades criativas:

Quadro 2 – quadro sinóptico dos autores, definições e características das cidades criativas

AUTOR (FORMAÇÃO)	ORIGEM OU PAÍS DE ATUAÇÃO	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS & CONDIÇÕES
Chales Landry (Arquitetura)	Inglês	Um lugar que estimula e incorpora uma cultura de criatividade no modo como os <i>stakeholders</i> urbanos atuam.	Recursos culturais; diversidade; políticas públicas transdisciplinares; engajamento cidadão; presença da criatividade em todos os setores da sociedade e da economia; conjugação de hard e soft; estruturas regulatórias e incentivos à criatividade; estado mental; valorização de talentos internos e atração de talentos externos.
Richard Florida (Economia)	Estadunidense	Cidades nas quais há prevalência de classe criativa.	Altos índices de talento, tecnologia e tolerância, com especial ênfase a baixas barreiras de entrada a talentos criativos.
David Throsby (Economia)	Australiano	Cidades nas quais as atividades culturais fomentam um ambiente urbano economicamente próspero e agradável para a moradia.	Atividades e indústrias culturais diversificadas e com forte impacto econômico; infraestrutura social e cultural; equipamentos culturais consolidados; altas concentrações relativas de emprego criativo; atratividade para investimentos.
John Howkins (Jornalismo)	Inglês	Cidades nas quais as pessoas se sentem à vontade para explorar ideias por meio de aprendizado e adaptação e nas quais mudanças são corriqueiras.	Abertura constante para novas ideias; prevalência de grupos auto-organizados, informais e colaborativos; mercado de trabalho sofisticado; conexões internacionais. Quatro indicadores: diversidade, mudança, aprendizado e adaptação.
Neil Bradford (Ciências Políticas)	Canadense	Locais de experimentação e inovação, nos quais ideias florescem e pessoas de todas as formações se unem para fazer de suas comunidades lugares melhores para viver, trabalhar e se divertir.	Diversidade; pensamento holístico; reconhecimento da interdependência econômica, social, ambiental e cultural; foco em desenvolvimento; engajamento comunitário diversificado para resolver problemas urbanos complexos.
John Hartley (Letras)	Australiano	-	Cultura; educação; olhar multissetorial; multiculturalidade; reunião de opositos (público/privado, cultural de elite/popular, consumidor/cidadão).
Allen Scott (Geografia)	Britânico/EUA	-	Forte incidência de setores criativos (especialmente indústrias da nova economia, alta tecnologia, serviços corporativos e financeiros, indústrias de mídia e culturais, manufatura artesanal), além dos limites imediatos da cidade; organização em <i>clusters</i> ; mobilidade de capital; redes verticalmente não integradas de unidades de produção especializadas e complementares; trabalho qualificado por projetos e em times; demanda por produtos diferenciados (daí a importância da cultura); política de desenvolvimento voltada à inclusão das margens.
Jaime Lerner (Arquitetura)	Brasileiro	Cidade que tem um sonho coletivo passível de ser traduzido em qualidade de vida (sustentabilidade, mobilidade, solidariedade)	Sustentabilidade, mobilidade e solidariedade; “sociodiversidade” (diversidade de idades, rendas, usos, funções e tipologias); identidade; autoestima; sentimento de pertencimento; integração; liderança; governança com arranjo de corresponsabilidade entre os agentes; integração das várias regiões.
Jordi Pardo (Antropologia)	Espanhol	Área urbana voltada à inovação e à cultura. Um ambiente social com cultura aberta ao risco e à cooperação estratégica de agentes econômicos, sociais e culturais, no qual a comunicação de novas ideias franqueia o desenvolvimento e a mutação de novos produtos e serviços.	Cultura como elemento de melhoria da qualidade de vida no ambiente social e de maior atratividade no cenário econômico. Cidadania, incluindo direitos/deveres democráticos e senso crítico; ambientes social e econômica diversificados e com interações respeitadas; dinamismo cultural, em termos de produção, participação e consumo; e culturalmente complexos, segurança/liberdade; governança concertada, desde a fase de diagnóstico; transparência em regras e gestão.

Fonte: REIS, 2011, p.54-55.

Esse ideário de cidade criativa, portanto, impulsiona o novo discurso econômico que traz a cultura à centralidade da pauta urbana, tornando-se ferramenta de recursos econômicos. As políticas culturais passam a ser utilizadas como recurso para

renovação tanto econômica como do espaço urbano. As cidades, que já haviam passado por um momento de transformação no período da industrialização, passam agora por um novo ciclo de renovação para se adequarem à produção pautada nos aspectos culturais (WANIS, 2015) e imateriais.

Há uma supremacia dos valores intangíveis, fortemente calcados em cultura (por sua singularidade e pelas experiências únicas que proporciona e inovação (por seu aporte de valor agregado e competitividade à economia). É aquele ambiente que a cidade gera e lhe dá espírito próprio (...) como decorrência do que oferece – e não como sua causa -, a cidade criativa (REIS, 2012, l.62).

Atrelado aos aspectos econômicos, as cidades, observadas por atentos “olhos” locais e globais, devem hoje tomar muito mais cuidado com sua imagem e, através da organização de seus espaços urbanos e de uma administração pública inovadora, criar um meio de atrair capital e pessoas. Dessa forma, outros setores, além da classe criativa, como especula Florida, podem florescer. Quanto mais conectadas à dinâmica criativa em favor do desenvolvimento de uma economia do conhecimento, mais atraentes serão para o seu desenvolvimento econômico e sua revitalização social. “Para isso, a cidade deve ser entendida de forma complexa, integrada e repleta de conexões – o que demanda claramente, a inclusão de áreas e grupos marginalizados” (REIS, 2012 l.63).

A criatividade nesse contexto é a imaginação aplicada, que usa qualidades como inteligência, capacidade inventiva e aprendizado ao longo do caminho. Na cidade criativa, não são criativos apenas os artistas e as pessoas envolvidas nessa economia, embora elas possam desempenhar papéis cruciais. A criatividade pode vir de qualquer fonte, incluindo uma pessoa que resolva problemas de uma maneira inventiva, seja um empresário, um cientista ou um funcionário público. Defende-se a necessidade de uma cultura de criatividade ser inserida no modo como os grupos urbanos operam. Incentivar a criatividade e legitimar o uso da imaginação dentro das esferas pública, privada e comunitária ampliará o banco de ideias e soluções para qualquer problema urbano (LANDRY, 2013, p.26).

As transformações nas cidades podem começar a partir de pequenos atos – uma obra de arte pública, equipamentos urbanos adequados, um movimento musical, bares ou cafeterias, locais de encontro (Fig. 04 a 07) – que se somam em um conjunto de ações que acabam por resgatar a autoestima e os valores de cidadania de sua população, de forma mais rápida do que os problemas que lhe fazem contraponto (KAGEYAMA, 2011). As qualidades de uma cidade criativa acabam por

se tornar similares: “(...) um senso de conforto e familiaridade, uma boa mistura do velho com o novo, variedade e escolha e um equilíbrio entre o calmo e o vivificante ou entre o risco e a cautela” (LANDRY, 2013, p.45).

Fig.04 – biblioteca itinerante em Bogotá



Fonte: <http://www.app.emare.com/@AOQQTO#1>

Fig.05 – mobiliário urbano em Londres



Fonte: autor, 2013

Fig.06 – Vacacidade, CowParade⁹ Recife 2017



Fonte: Luiz Rangel, 2017

Fig.07 – Superkilen Park, Copenhagen



Fonte: Iwan Baan
<http://www.archilovers.com/projects/68547/superkilen>

Porém, se “(...) a estratégia de marca urbana é controlada por interesses públicos e privados, com o duplo objetivo de crescimento econômico e habitabilidade (...)”, no exercício prático “(...) do planejamento urbano esses objetivos são contraditórios, dado a precariedade da cultura e da criatividade no contexto de rentabilidade” (BARATTO, 2013, n.p). Há de se priorizar, como afirma Reis (2012), o

⁹ Evento mundial de arte à céu aberto, com o objetivo de inclusão cultural, a CowParade surgiu com a ideia do artista suíço Pascal Knapp, em 1998, quando apresentou três modelos de vacas durante um evento de arte em Zurique. Ao final de cada edição, as esculturas são leiloadas e a renda é revertida como doação para instituições beneficentes. Dessa forma, as vacas cumprem múltiplas funções: valorizam o entorno, expandem o acesso à arte e promovem novos artistas, sensibilizando as pessoas para causas sociais. Disponível em <http://www.invoga.com.br>.

(...) respeito ao planejamento, o visceral envolvimento da sociedade civil, a criação de novas formas de parceria entre público e privado, a consideração da criatividade de forma transversal aos setores e pastas públicas, a visão de longo prazo, a busca da inclusão de estratos marginalizados da sociedade, a reincorporação de áreas excluídas das políticas públicas e dos mapas afetivos da população, o respeito à cultura como base do que constitui o ambiente criativo da própria cidade, a vontade política de concretizar uma proposta estratégica de estado (REIS, 2012, l.144).

Inúmeras cidades nos cinco continentes, grandes ou pequenas, enfrentam períodos de transição, seja em função da globalização ou da desmobilização de seus parques industriais e das mudanças em sua hierarquia urbana. Elas que necessitam reavaliar seu papel nessa nova configuração, investindo cada vez mais numa economia baseada em conhecimento, procuram se renovar em busca de uma estratégia alternativa às suas circunstâncias específicas: lidar com a desindustrialização, com a perda de importância de seus portos, com conflitos sociais e altas taxas de desemprego, com a criminalidade, questões ambientais, baixo índice educacional e de qualidade de vida. “O que importa cada vez mais (...)”, como aponta Landry, “(...) é ser ela própria criativa, isto é, oferecer as precondições para pensar, planejar e agir criativamente” (LANDRY, 2013, p.42-43). A transformação poderá vir com o comprometimento com a inovação e com o reconhecimento de que o futuro depende da geração de novas ideias, criadas em ambientes propícios que incentivem e encorajem a criatividade, capazes de transformá-las econômica e socialmente. Entre tantos exemplos difundidos, pode-se elencar:

- Em Barcelona, uma estratégia de transformação a partir de 1992, motivadas pelos Jogos Olímpicos “(...) seguiu um plano de dez anos elaborado e levado a termo por um grupo variado de agentes públicos, dos setores cultural e criativo”, lançando as bases de “(...) um novo ciclo cultural, social, econômico e urbanístico” (l.15). Nele, a cidade foi considerada como um todo a partir de um planejamento urbano que contemplou habitação, transporte, patrimônio e espaços públicos, a partir da vocação criativa e identidade de cada região (REIS, 2012).

- Nantes (Fig. 08), na França, se transformou após uma vasta crise econômica nos anos 1980, que lhe trouxe tensões sociais, isolamento e recessão a partir do fechamento de seu estaleiro e suas indústrias de processamento de alimentos. Vinte anos depois, a cidade que parecia ter perdido sua capacidade de se desenvolver

economicamente, se tornou dinâmica e criativa, destacando-se no país como um dos locais mais procurados para a criação e instalação de empresas (BONNIN, 2011).

Em 1989, Jean-Marc Ayrault, o então recém-eleito Prefeito de Nantes, aos 39 anos, mostrou aos cidadãos que a confiança e o orgulho em pertencer a um território poderiam ser retomados, pautando a gestão da cidade por dois objetivos: transformar a cidade e seu planejamento por meio de uma política de transporte público que abrisse os distritos da cidade e a relação entre os distritos e o centro; servidos por bondes, ônibus e linhas de trem-bonde retomando gradualmente o controle dos espaços urbanos e da conexão com a água (rios Erdre e Loire); Encarar a política cultural como a força motriz do desenvolvimento da cidade, colocando o cidadão no centro dos projetos e diretrizes da política, revitalizando pensamentos e práticas relativos à mediação e às relações entre os artistas e a população (BONNIN, 2012, p.96).

Fig.08 – Nantes, França – Les Machines



Fonte:

<http://www.conexaocultural.org/blog/2011/12/conexao-franca-nantes-uma-cidade-criativa/>

- Centro de uma metrópole com 900.000 habitantes, Bilbao passou por um complexo processo de regeneração urbana e de dinamização econômica, social e cultural em pouco mais de vinte anos que às vezes é reduzida erroneamente à figura emblemática do Museu Guggenheim¹⁰, projetado pelo arquiteto canadense Frank Gehry em 1992 (Fig. 09). “A valorização do icônico pode também ocorrer, porém não pela transposição do produto como fim em si mesmo e sim como ponta de lança, como cume visível de um processo complexo de transformação urbana” (REIS, 2012, l.68).

¹⁰ O Museu Guggenheim foi uma das 25 linhas estratégicas adotadas em um amplo e longo planejamento estratégico (REIS, 2011).

Fig.09 – Bilbao e o Guggenheim. O museu extrapolou sua função original e tornou-se polo de eventos na cidade



Fonte: http://www.cliffdiving.redbull.com/pt_ES

Na verdade, no início da década de 1980, dados do nível de desemprego revelaram a deterioração da competitividade em suas províncias, em especial no setor industrial e de serviços. Neste período, o planejamento estratégico da cidade demandou um conjunto de medidas com enfoques econômico, urbanístico, cultural e social sob quatro pilares estruturantes: um planejamento territorial urbano; um planejamento estratégico, com grandes obras de caráter urbano e de infraestrutura; a cultura como vetor de transformação da cidade; e a arquitetura icônica como elemento de inserção de Bilbao no circuito turístico mundial (REIS, 2011).

“Mais relevante do que a conexão entre a cidade e o mundo (...)” (p.92), foi “a tentativa de unir regiões fragmentadas, abandonadas e em deterioração, por meio de lazer, comércio, cultura e habitação” (p.92-93) ao “recuperar zonas marginalizadas, reintegradas pela expansão da mobilidade individual e dos transportes públicos, pela construção de pontes físicas e de grandes eixos viários” (REIS, 2011, p.92). Bilbao utilizou a

(...) cultura como um objetivo estratégico, possibilitando não apenas uma grande renovação física, mas também uma nova injeção de autoestima nas pessoas. (...) A cultura, no processo de reganhar autoestima e valores, ofereceu um sentimento de identidade e de que a região é capaz de dar força a projetos voltados ao futuro. E, ao lado do desenvolvimento econômico, tornou-se um fator básico no sistema financeiro e no desenvolvimento do país (AZUA, 2005, p.84-85 *apud* REIS, 2011, p.82).

- Reconhecida por seu papel na Revolução Industrial, Huddersfield, a 11ª maior cidade do Reino Unido, teve que se transformar ao perder sua relevância econômica e hoje é considerada uma das dez cidades mais criativas daquela região. Empresas

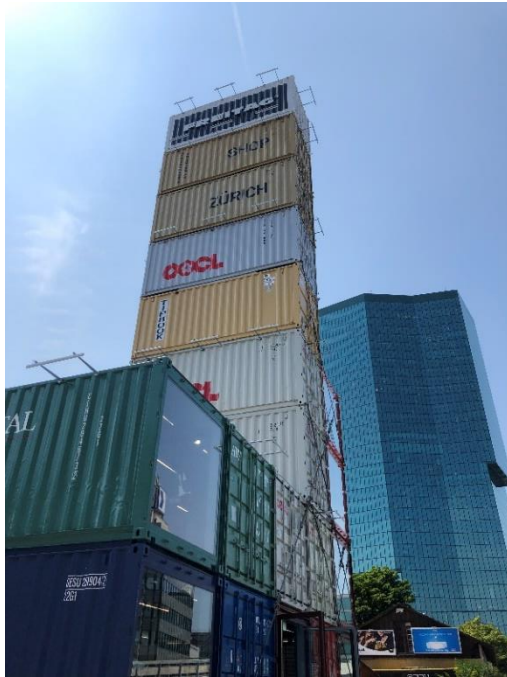
criativas, principalmente da área de mídia digital, design e artes, ali se instalaram em antigos armazéns e moinhos resgatados da era industrial a partir da implantação do *cluster Huddersfield Creative Town Initiative* (1997–1999), financiado pela União Europeia como programa piloto urbano para usar a criatividade como catalisadora da regeneração (WILLS, 2011). A cidade iniciou um programa de empreendedorismo para as escolas locais, ofereceu treinamento e capacitação para os talentos criativos e forneceu subvenções para a criação de empreendimento inovadores, recebendo benefícios dos investimentos atraídos para a região e, num sistema cíclico de auto avaliação, novas formas de governança e coalizão são experimentadas e testadas.

- Mannheim, antiga cidade industrial na Alemanha, se transformou em um importante centro de negócios para a indústria da música, atraindo por consequência inúmeras *startups* de tecnologia e design relacionadas ao tema, a partir de uma iniciativa de uma rede de músicos e produtores no início dos anos 1990. A divulgação da cidade através de sua música contribuiu para a mudança de sua imagem, provocando um sentimento de orgulho na comunidade local. Desde então, governo municipal e investidores privados apoiam pequenas empresas da indústria da música e da educação. A *Popakademie Baden-Wuerttemberg* (Universidade de Música Popular e Indústria da Música), fundada em 2003, é a primeira instituição do gênero no país, fornecendo suporte contínuo para as mais de 40 empresas, profissionais da música e serviços correlatos ali instalados (BARATTO, 2013).

- *Zurich West*, antigo distrito industrial no oeste de Zurique, Suíça, se transformou em uma nova área repleta de inovação e cultura. Antigos galpões, fábricas de motores, de aço, de produtos alimentícios foram reconfigurados em locais de moradia, trabalho, lazer e cultura. Hoje bares, restaurantes, escritórios e lojas-conceito (Fig. 10) ocupam espaços e prédios históricos como o *Niettuurmbar*, um antigo edifício da construção naval; o *Löwenbräu* (Fig. 11), antiga cervejaria que hoje abriga galerias de arte, editoras, museu e moradia; a *Turbinenplatz* (Fig. 12 e 13), segunda maior praça da cidade, transformada em um centro comercial e incubadora de *startups* de tecnologia; o *Frau Gerolds Garten* (Fig. 14), espécie de bar ao ar livre que promove festas, feiras, marcas independentes e horta comunitária; o *Schiffbau* (Fig. 15 e 16), antiga fábrica de navios que hoje abriga um restaurante, um teatro,

um clube de jazz, além de apartamentos privados; o *Im Viadukt* (Fig. 17), que comporta lojas, restaurantes e cafés sob a antiga estrutura do viaduto reformado; e o *Toni Area*, antigo centro de distribuição varejista que se tornou um centro de educação e cultura onde está localizada a Universidade de Artes, salas de concerto e o Museu do Design.

Fig.10 – Freitag Flagship Store, Zurique



Fonte: autor, 2019

Fig.11 – Löwenbräu, Zurique



Fonte: autor, 2019

Fig.12 – Turbinenplatz, Zurique



Fonte: autor, 2019

Fig.13 – Turbinenplatz, Zurique



Fonte: autor, 2019

Fig.14 – Frau Gerolds Garten, Zurique



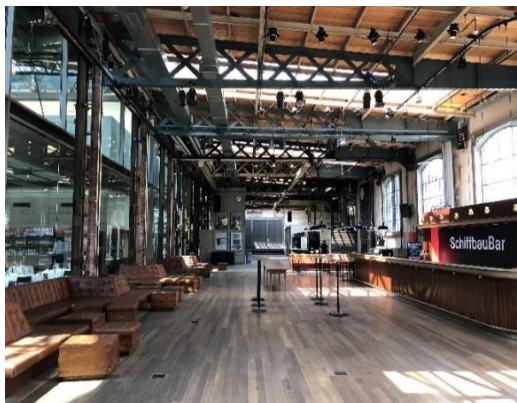
Fonte: autor, 2019

Fig. 15 - Schiffbau, Zurique



Fonte: autor, 2019

Fig.16 - Schiffbau, Zurique



Fonte: autor, 2019

Fig.17 - Im Viadukt, Zurique



Fonte: autor, 2019

- No Canadá, a *Creative City Network of Canada* (Rede de Cidades Criativas do Canadá), criada em 1997, congrega cerca de 130 membros e “(...) reúne, conecta e capacita funcionários de prefeituras do país, cujo trabalho envolve políticas artística, cultural e patrimonial, sua implementação e seu desenvolvimento” (1.74), a serviço da resolução de problemas urbanos, envolvendo temas como diversidade, inclusão, moradia, trabalho e lazer, conceitos formadores das cidades criativas (REIS, 2012).

Numa cidade criativa convivem, como afirma Reis (2012) “diferenças que alimentam o potencial criativo: raízes locais e influências globais cosmopolitas; patrimônio e

tendências (...)”. E continua: “(...) projetos icônicos capazes de atrair a atenção e projetos menores, voltados à comunidade local; cultura de elite e cultura de rua; artistas individuais e *clusters* de indústrias criativas” (I.55). Reis, porém, alerta para uma questão primordial ao se titular uma cidade como criativa:

É fundamental considera-la como um sistema, interrelacionado e uno, que a cidade de fato é, e não restringir a eventuais bolsões de criatividade desvinculados de um contexto maior. Precisamos escapar do reducionismo de dizer que São Paulo é criativa devido à Vila Madalena, o Rio é criativo por conta da Lapa e assim por diante. As cidades não podem ter arquipélagos de criatividade em meio a um mar de apatia; cidades são feitas por pessoas, que habitam um sistema urbano interrelacionado e interdependente (REIS, 2012, I.55).

3.1. A criatividade a serviço da cidadania. Colômbia: Bogotá e Medellín

A Colômbia é o país latino-americano que mais tem investido em uma estratégia de indústrias criativas, economia criativa e, finalmente, cidades criativas (REIS, 2011, p.96).

Londres, Amsterdam, Paris ou Nova York (Fig. 18 a 21), de um modo abrangente, sempre pareceram criativas ao longo do tempo, e tantas outras conseguiram se transformar ao longo de sua história recente. Porém, entre tantas cidades reconhecidas como criativas, Bogotá e Medellín se destacam por seu trágico histórico de guerrilha, tráfico de drogas, desigualdade e insegurança – com especificidades semelhantes à frágil realidade social de tantas cidades latino-americanas – e pela súbita transformação em seus índices sociais e econômicos a partir da implantação de políticas públicas efetivas e duradouras, colocando a criatividade a serviço da cidadania.

O sociólogo australiano da Universidade de Groningen nos Países Baixos, Gerard Martin, registrou que a crise da Colômbia, no final dos anos 1980, “decorrente da debilidade do Estado”, era tamanha que o risco eminente não era de um golpe articulado por militares ou partidos extremistas, mas sim “(...) pelo crime organizado, em particular pelos cartéis da droga que faziam alianças oportunistas com um ou outro grupo guerrilheiro ou paramilitar” (MARTIN, G. *In*: Bogotá – El Renacer de una Ciudad *apud* CAVALCANTI *et al*, 2013, p.85).

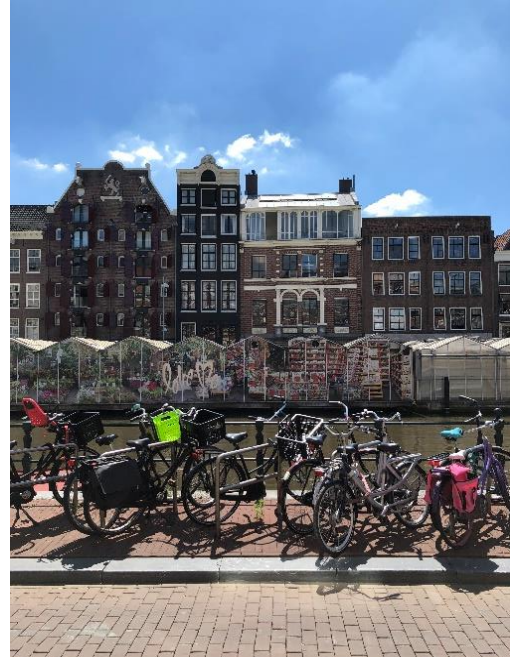
A arma mais letal para uma cidade é o medo. (Carlos Mario Rodriguez)¹¹

Fig.18 – Londres criativa – pintura mural



Fonte: autor, 2013

Fig.19 – Amsterdam criativa – mobilidade sustentável



Fonte: autor, 2019

Fig.20 – Paris criativa – as praias do Sena



Fonte: autor, 2013

Fig.21 – Nova York criativa – o parque suspenso High Line



Fonte:
<http://www.lovingnewyork.com.br/high-line-new-york/>

Para romper esse ciclo, ou aparece um líder visionário, ou emerge uma noção diferente de liderança (...). É preciso uma camada extra de liderança (...) formada por ativistas urbanos e agentes de mudança (KAGEYAMA, 2011, p.57).

¹¹ In: *El alma de la ciudad... El urbanismo y la arquitectura como instrumento de transformación*. Palestra conferida na UNICAP em 19/09/2019. Carlos Mario Rodrigues é arquiteto e urbanista e foi Gerente de Desenho Urbano da EDU de Medellín entre 2004 e 2011.

No início dos anos 1990, as mudanças começaram com a implantação, de modo contínuo e evolutivo, de políticas públicas focadas em segurança cidadã, educação e renovação urbana (com planejamento estratégico e transparência), a partir das áreas mais carentes (e inseguras), por administrações engajadas com a população. Ao longo dos últimos anos o país vem passando por um processo transformador. O monitoramento dos resultados das iniciativas implantadas embasa a revisão e a criação de novas políticas públicas, num círculo virtuoso de desenvolvimento. Essas políticas – “(...) de turismo cultural a empreendimento em indústrias criativas, de infraestrutura cultural a gestão internacional da cultura, (...) dialogam intrinsecamente com economia e cultura no espaço urbano” (REIS, 2011, p.97).

Se por um lado, assim como em outros países em desenvolvimento, o grande desafio da Colômbia para a solidificação de uma economia criativa próspera permanece na qualificação de seus recursos humanos (MESSIAS, 2017), por outro, em algumas cidades naquele país, os mapas geográfico, mental e emocional são agora sobrepostos, “(...) em virtude especialmente da escala urbana, o que é alimentado pela existência de espaços públicos apropriados pela população, que por sua vez os entende como espaço de todos” (REIS, 2012, l.64), dando celeridade às políticas transformadoras.

3.1.1. Bogotá

(...) É possível mudar uma cidade com apenas duas armas: decisão política e boa gestão pública (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.73).

A crise institucional estabelecida na Colômbia entre os anos 1970 e 1980, se traduziu em Bogotá por graves problemas sociais – altas taxas de criminalidade e homicídios, poluição, superpopulação, falta de planejamento urbano – em decorrência dos trágicos efeitos da produção e tráfico de drogas: guerrilhas, atentados e assassinatos definiam o cotidiano de seus moradores. Nas palavras de Gerard Martin, “a vida em Bogotá estava longe de ser sagrada” (MARTIN, G. *In: Bogotá – El Renacer de uma Ciudad apud* CAVALCANTI *et al*, 2013, p.83).

A administração (...) não era capaz de gerar cobertura e qualidade nos serviços básicos necessários, e muitos habitantes foram abandonados à sua sorte. Institucionalmente, os anos 1970/1980 na

cidade (e no país em geral) se caracterizaram por desinstitucionalização administrativa, práticas clientelistas, corrupção e desvio do tesouro público, ineficiência da Justiça e agudos problemas de impunidade, o que deu lugar a regulamentações parainstitucionais de todo tipo (MARTIN, G. *In: Bogotá – El Renacer de uma Ciudad apud CAVALCANTI et al*, 2013, p.84).

As sucessivas administrações, comprometidas pelo domínio do crime organizado, até então não se mostravam capazes de instituir políticas focadas em demandas sociais e minimizar as diferenças e os conflitos da população menos favorecida.

Para Bogotá foram 20 anos perdidos, marcados em boa parte por administrações distritais comprometidas com interesses particulares, que regulavam a coisa pública através de “pactos” não transparentes entre figuras políticas interessadas, diante de todo o controle da máquina eleitoral e da indicação de postos políticos, em roubar o erário público, contribuindo inclusive para a estagnação e o não crescimento econômico da cidade, algo em parte neutralizado a partir dos anos 1980 através da utilização de dinheiro de fontes ilícitas na política e da especulação no setor da construção (MARTIN, G. *In: Bogotá – El Renacer de uma Ciudad apud CAVALCANTI et al*, 2013, p.84).

O processo de transformação de Bogotá começou no início dos anos 1990 com a ruptura de um modelo estabelecido e estagnado, através de uma série de gestões municipais que estabeleceram, numa visão de longo prazo, a continuidade de políticas públicas de ordem social, econômica e urbana, sempre as revisando e complementando-as, independentemente de posições políticas divergentes.

Dois dos prefeitos (originários de partidos independentes) responsáveis por essa transição e transformações merecem destaque: Antanas Mockus (1995/1997 e 2001/2003), matemático, filósofo e ex-Reitor da Universidade Nacional da Colômbia; e o economista Enrique Peñalosa (1998/2000 e 2016/2019)¹².

Mockus, em seu primeiro mandato, estabeleceu as bases para a formação da ‘cultura cidadã’, que em suas palavras, entende-se como “(...) o conjunto de atitudes, costumes, ações e regras mínimas compartilhados pelos indivíduos de uma comunidade, que possibilitam a convivência e geram sentimento de pertencimento” (Mockus, 2008, p.70 *apud* Reis, 2011, p.99).

¹² Enrique Peñalosa foi concorrente de Antanas Mockus nas eleições de 1994. No ano 2000, Mockus foi eleito com o apoio de Peñalosa.

Na primeira gestão de Peñalosa, com as economias da cidade sanadas pela gestão Mockus e com o reestabelecimento do crédito perante as entidades econômicas, foram implantadas as raízes do programa de transporte público da cidade – o Transmilênio (Fig.22), sistema de veículos leves sobre pneus com faixas exclusivas, inspirado no caso de Curitiba, planejado e implantado pelo então prefeito e arquiteto Jaime Lerner em 1974.

Fig.22 - Transmilênio



Fonte: www.pioneerinstitute.org

Peñalosa ainda

(...) instituiu 300km de ciclovias, uma rua pedonal de 17km de extensão, rodízio para veículos (...) e aumentou as taxas de estacionamento. Também investiu na infraestrutura de educação e cultura: construiu 52 novas escolas, reformou 150, dotou-as de computadores e elevou o percentual de matrículas em 34%; (...) investiu em parques e áreas públicas, comprou terras na periferia (para evitar a especulação imobiliária) e plantou 100 mil árvores (WALLJASPER, 2010 *apud* REIS, 2011, p.99).

A implantação da ‘cultura cidadã’ por Mockus, promovendo a ‘apropriação da cidade’ por sua população, estabeleceu bases sólidas para o desenvolvimento de inúmeros programas “(...) como o projeto *Bogotá, uma Gran Escuela*, criado em 2004 (...) tem como pressuposto que o acesso à cidade, sua apropriação e a participação em sua construção são direitos fundamentais” (REIS, 2011, p.102).

Sua maior inovação reside em utilizar o espaço público como cenário educativo e de desenvolvimento da cidadania. O programa tem uma via de mão dupla: a) da escola à cidade, promove encontros e visitas de professores e alunos a espaços e experiências que promovam uma reflexão sobre a cidade (praças, loja de bairro, cemitério, serviços públicos, trajeto em ônibus); e b) da cidade à escola, leva a estas poetas, músicos, cineastas, etc. Em ambos os casos, propõe-se a trabalhar também a reeducação dos professores e das famílias dos alunos e a abarcar a participação de vários agentes (empresários, entidades do terceiro setor), já que a participação de todos é vista

como fundamental para o processo de construção da cidadania coletiva (REIS, 2011, p.102).

Outros projetos de destaque lançados em sequência na continuidade das gestões municipais são o *Rock al Parque* (1995) que “(...) busca promover a apropriação do espaço público, ao mesmo tempo em que difunde novos grupos musicais”; a *Ruta Ciudadana* (2005), programa que oferece espaços de recreação e capacitação para ex-combatentes de grupos armados ilegais, inserindo-os socialmente, estimulando “o redesenho de um projeto de vida” (REIS, 2011, p.103); e o *Bogotá Positiva para Vivir Mejor* (2008), que nos seus sete eixos estruturantes, enfatiza as conexões no espaço urbano entre as classes sociais e suas diversidades.

Construiremos, com pessoas e para as pessoas, uma cidade positiva, como cenário das atividades humanas, nas quais o ordenamento territorial promova o desenvolvimento integral, equitativo e ambientalmente sustentável e permita a fruição efetiva dos direitos, para o qual desenvolveremos ações que dignifiquem a moradia, tornem mais eficiente a mobilidade, gerem condições de reconciliação, convivência, paz e segurança e promovam a identidade, o reconhecimento da diversidade e o diálogo intercultural, com base em um modelo de desenvolvimento social, democrático e incluyente (PREFEITURA DE BOGOTÁ, 2008, p.19 *apud* REIS, 2011, p.104).

Dentre os sete eixos de atuação inicialmente estabelecidos, vale ressaltar, do eixo ‘Direito à Cidade’, as seguintes premissas pertinentes a esse trabalho anotadas por Reis (2011, p.104):

- ‘Melhoremos o bairro’, mediante intervenções integrais na vida das comunidades, fortalecendo assim os bairros um a um, para então lançar pontes entre eles e os demais;
- ‘Espaço público para a inclusão’ e ‘Espaço público como lugar de conciliação de direitos’, promovendo a defesa, a recuperação e a apropriação dos espaços públicos por parte de todos;
- ‘Bogotá, espaço de vida’, voltado à preservação e à promoção dos equipamentos e patrimônios cultural, ambiental e desportivo;
- ‘Amor por Bogotá’, destinado a favorecer a convivência cidadã e a cultura democrática, ampliando a governança que usualmente tem por foco a administração pública.

Respaldando os conceitos expostos no capítulo anterior, da formação de uma nova economia fundamentada em criatividade, inovação e cultura como elementos de transformação social, o programa Bogotá, espaço de vida “prevê a recuperação de equipamentos culturais e a construção de outros (...)”. O programa Amor por Bogotá pressupõe “(...) a necessidade da cultura para fortalecer a cidadania ativa,

outorgando para isso incentivos a organizações que busquem gerar transformações culturais em Bogotá” (REIS, 2011, p.105-106).

O eixo ‘Cidade Global’ parte do

(...) pressuposto de que para criar uma cidade atraente, com visão de futuro e competitiva, capaz de colocar o crescimento econômico a serviço do desenvolvimento humano, é preciso ter uma base de ‘respeito e preservação do ambiente e das diversidades sexual, cultural e étnica, e de ação corresponsável entre público e privado (...). Uma cidade capaz de pensar e atuar tanto no global quanto no local (REIS, 2011, p.105).

Dentro desse mesmo eixo, o programa Região Capital enfoca num

(...) território planejado e integrado em termos físico, econômico, social, cultural, fiscal e ambiental, com claro enfoque nas singularidades dos espaços urbanos. Em outros termos, aproveitando as forças e oportunidades de cada território, na busca do desenvolvimento e da melhoria da qualidade de vida de seus habitantes (REIS, 2011, p.105).

Os eixos de Participação; Descentralização e Administração Pública Efetiva e Transparente destacam-se pelo foco na “construção de redes e o fortalecimento das comunidades nas decisões relativas a toda a cidade” (REIS, 2011, p.105).

O programa que incorpora a Rede de Bibliotecas Públicas, intitulado BibloRed, concebido em 1998 na gestão Peñalosa, é, sem dúvida, o mais reconhecido não só pela qualidade dos edifícios construídos (que se tornaram ícones do programa), mas por seu viés que estabelece a cultura como meio de transformação social. A prefeitura de Bogotá, através do BibloRed, implantou três grandes bibliotecas¹³ (Fig. 23, 24 e 25) - na verdade, centros de múltiplas atividades socioculturais - localizadas em áreas estratégicas da cidade, com alta densidade populacional e concentração estudantil, respeitando e dialogando com o contexto local onde são implantadas;

¹³ “As bibliotecas de Bogotá se converteram em uma ferramenta forte de equidade, onde há espaço para todos, independentemente de sua condição socioeconômica ou cultural; também tem servido para que os jovens façam bom uso do tempo livre, já que as bibliotecas não são apenas lugares para consultar livros, mas sim centros sociais em torno dos quais convergem muitas atividades lúdicas e culturais. Esses espaços têm ajudado a recuperar o sentido de espaço público e o empoderamento das pessoas de seus direitos a esses espaços. Complementarmente, as bibliotecas melhoraram o entorno no qual foram construídas, incrementando a segurança em lugares que eram de altíssima periculosidade e que hoje são de muita atividade e segurança” (REY, 2010, p.299 *apud* REIS, 2011, p.115).

conectadas com as bibliotecas locais e as bibliotecas de bairro (Fig. 26), além de postos de leitura instalados em parques e dos BiblioBus que circulam pela cidade.

No aspecto urbano, a implantação da cultura cidadã, a revolução no sistema de transporte público e a requalificação e valorização de espaços e equipamentos públicos como instrumentos de inclusão e apropriação da cidade, basearam a transformação da cidade em criativa (REIS, 2011).

Fig.23 – Biblioteca Pública *El Tintal* Manuel Zapata Olivella



Fonte:
www.biblored.gov.co/bibliotecas/biblioteca-tintal

Fig.24 – Biblioteca Pública *El Tunal* Gabriel Garcia Márquez



Fonte:
www.biblored.gov.co/bibliotecas/biblioteca-gabriel-garcia-marquez

Fig.25 – Biblioteca Pública Virgílio Barco



Fonte:
www.biblored.gov.co/bibliotecas/biblioteca-virgilio

Fig.26 – BiblioRed na cidade



Fonte: <https://www.biblored.gov.co>

As mudanças ocorridas em Bogotá, fruto de suas políticas públicas de inclusão e desenvolvimento social e urbano, a tornaram segura, acessível e acolhedora para aqueles que buscam conhecer sua cultura e suas oportunidades de negócios, transformando-a em referência global. Em 2002, Bogotá recebeu o prêmio Acesso ao Conhecimento da Fundação Bill & Melinda Gates; em 2007 foi escolhida pela UNESCO como Capital Mundial do Livro e Capital Ibero-americana da Cultura¹⁴.

3.1.2. Medellín

Uma das cidades mais importantes do país no apogeu industrial dos anos 1950 e 1960, Medellín que teve suas indústrias e seu porto em decadência pela falta de competitividade, da mesma forma que Bogotá e outras cidades colombianas conviveu com a “(...) precária situação social e econômica decorrente da violência enraizada pelo narcotráfico e pelo paramilitarismo instalados na cidade (...)”. Sua população durante a década de 1990 foi “(...) excluída das dinâmicas econômicas e das oportunidades de emprego e crédito (...)”, aprofundando o abismo social existente (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.112-113).

¹⁴ Dado disponível em <https://www.cidadessustentaveis.org.br/boas-praticas/bibliotecas-em-bogota>

No bojo do processo de transformação de Bogotá, as mudanças em Medellín se assemelham com as da capital colombiana sob o aspecto de implantação de políticas públicas continuadas que partem do resgate da autoestima e apropriação da cidade por sua população. Os diversos atores da sociedade – todas as instâncias de governo, o setor privado, organizações sociais, academia e a sociedade civil – tiveram papel importante e crucial na construção de um plano amplo de segurança cidadã com foco na inclusão social e respeito à vida, com foco orçamentário em educação pública, fomento à criação cultural, fortalecimento das institucionalidades e consolidação da cidadania (MELGUIZO, 2011).

As palavras oportunidade, inclusão e igualdade são o Norte de nossa bússola e a essência de tudo o que fazemos na educação, cultura, urbanismo social, geração de emprego (...). A transformação em curso em Medellín é baseada em uma mudança do objeto, não da imagem. Tudo o que fazemos em Medellín, sob uma perspectiva pública, deve gerar resultados em termos de convivência e inclusão. Esses são nossos maiores desafios (MELGUIZO, 2011, p.47 *apud* MESSIAS, 2017, p.118).

Essa transformação da Medellín estigmatizada, no final dos anos 1990, como a cidade mais violenta e desigual do planeta, começou, não só cronologicamente, com a primeira eleição do presidente Álvaro Uribe (2002/2006 – 2006/2010). Nascido em Medellín, o advogado Uribe, que foi prefeito (1982/1984) e vereador (1984/1986) da cidade, senador (1986/1990 – 1990/1994) e governador do distrito de Antioquia, cuja capital é Medellín (1995/1997); com sua política ostensiva de segurança, deu início ao processo de desmobilização dos grupos paramilitares no país.

Em Medellín, já em 2002, com a formação de um comitê universidade-empresa-Estado¹⁵, “acadêmicos, empresários e políticos passaram a se reunir para buscar soluções conjuntas para os problemas (...)” (SANT’ANNA, 2017, n.p.) da cidade. A importância do comitê está em garantir que as políticas públicas ali construídas ou referendadas tenham continuidade pelas gestões que se seguem, independentemente de disputas político-partidárias.

¹⁵ O modelo *Triple Helix* ou Hélice Tripla comentado no capítulo 4.

Nesse contexto foi criado em 2002 o Banco dos Pobres, vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Social da Prefeitura de Medellín, seguindo modelos bem-sucedidos em outros países,

(...) com o objetivo de contribuir para a redistribuição do capital e a melhoria social dos habitantes mais pobres da cidade, mediante a concessão de microcréditos para o financiamento de projetos econômicos rentáveis e sustentáveis ao longo do tempo, de caráter produtivo ou de serviços (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.113).

O matemático e jornalista Sergio Fajardo, colaborador de Uribe, eleito prefeito de Medellín para o período 2004/2007, investiu na sistematização dos dados coletados sobre o crime e a situação social nas comunidades menos favorecidas da cidade, determinando as ações e os parâmetros de atuação das políticas municipais.

Durante a gestão de Fajardo, a atuação do Banco dos Pobres intensificou-se no sentido de promoção da cultura empresarial com o objetivo de “apoiar a criação e o fortalecimento de empresas duradouras e a geração de emprego e renda (...)” (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.114), projeto denominado pela administração de Cultura-E, ou Cultura do Empreendimento. Dentre essas iniciativas, são criados em 2005 os Centros de Desenvolvimento Empresarial Zonal, Cedezo, verdadeiros *clusters* criativos,

(...) com o propósito de articular processos integrais de serviços financeiros e não financeiros, entidades, programas, projetos e iniciativas de apoio ao empreendimento, à geração de receita, ao desenvolvimento e à consolidação de microempresas e empresas familiares (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.114).

A Prefeitura de Medellín, dessa forma, interligou as ações de crédito do Banco dos Pobres com o fortalecimento de pequenas empresas através da organização e transformações técnicas e tecnológicas dessas, criando um ambiente de desenvolvimento econômico que, por consequência, trouxe melhoria da qualidade de vida da população mais vulnerável.

O programa Cedezo funciona como articulador da administração municipal, que cria as condições de acesso ao crédito e capacitação técnica e administrativa; e o setor empresarial com suas demandas de criação, crescimento e transformação

empreendedora, vislumbrando as oportunidades do mercado local, nacional e até internacional (Quadro 3).

Quadro 3 – modelo de intervenção dos Cedezos

Modelo de intervenção dos Cedezos
Identificação das necessidades e potencialidades no tecido empresarial
Identificação dos recursos e equipamentos e institucionalidade para o fortalecimento do tecido empresarial
Elaboração do plano de intervenção e vinculação dos operadores institucionais
Manutenção e verificação do impacto no território

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Social – Prefeitura de Medellín *apud* CAVALCANTI *et al*, 2013, p.117

Dentre os objetivos iniciais desse programa, destacam-se os tópicos relevantes para essa dissertação:

- Articular instituições, programas e projetos que influenciam no desenvolvimento econômico dos territórios com o fim de obter impactos mais efetivos em tais intervenções. Nos processos de articulação, o programa busca promover espaços de encontro das empresas com o setor público, a empresa privada, organismos e instituições empresariais e universitárias;
- Criação de mesas de empreendimentos que permitam a articulação de instituições em torno do tema empresarial, com a intenção de gerar planos de ação;
- Desenvolvimento de ações de fortalecimento da economia zonal do território que se realizam a partir dos cinco *clusters* estratégicos da cidade: *Cluster* Têxtil (confecção, design e moda), *Cluster* Energia Elétrica, *Cluster* Construção, *Cluster* Serviços de Medicina e Odontologia, e *Cluster* Turismo de Negócios, Feiras e Convenções (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.115-116).

Partindo do princípio de que cada região ou zona específica da cidade tem suas potencialidades e desafios próprios, o Cedezo identifica essas condições particulares das unidades produtivas e comerciais, apontando as “necessidades de infraestrutura e de capacidades institucionais para apoiar e acompanhar os processos de criação e/ou transformação das iniciativas empresariais e promover o fortalecimento do tecido empresarial” (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.116-117).

Em 16 de dezembro de 2005, foi criado o primeiro Cedezo, estabelecendo a presença do Estado numa região marcada pela rotina de violência e sem nenhuma liderança empreendedora.

Em 2010 os Cedezos expandem suas ações: além de estabelecer a relação entre unidades produtivas ou de serviços com as unidades empresariais nas comunidades (através dos processos de capacitação, assistência técnica e comercialização), transformam-se em articuladores de todos os programas de empreendimento da prefeitura, fortalecendo a participação cidadã na elaboração das políticas públicas e planos de desenvolvimento locais, de acordo com as necessidades de cada zona da cidade. Foram 11 Cedezos inicialmente instalados (hoje são 20¹⁶), e três pontos de apoio.

Para a elaboração de uma base de dados para monitoramento dos “processos de formação e capacitação empresarial e do comportamento de suas atividades econômicas nos mercados” (p.118), foi desenvolvido um Sistema de Informação Online, o já mencionado programa Cultura E, no qual o programa Cedezo foi incluído. “O programa Cedezo, visto desde a perspectiva do programa Cultura E, promoveu uma variada participação dos atores dos setores público e privado” (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.121).

O programa permite às iniciativas empresariais que se integram ao programa Cedezo a identificação das oportunidades de inserção nos mercados regionais, nacionais e internacionais, além de possibilitar o acesso a outras ofertas institucionais (concursos, debates, fóruns e seminários) e iniciativas voltadas à educação, campanhas setoriais, oficinas de lideranças e criação de incubadoras, como por exemplo, *Concurso de Planos de Negocios Y Capital Semilla, Medellín mi Empresa e Medellín Cidade Cluster*.

No campo da requalificação e do desenvolvimento urbano, o Projeto Urbano Integral (PUI) abrange o planejamento das obras de grande porte – nas quais os edifícios sedes dos Cedezos se incluem – visando sempre o desenvolvimento físico e social de zonas menos favorecidas da cidade - “o melhor para os mais pobres”¹⁷ -, tais como os parques-biblioteca, os Colégios de Qualidade, a Escola Casa Campesina, a

¹⁶ Dado disponível em: <http://cedezocentro.blogspot.com>

¹⁷ Um dos lemas da administração Sergio Fajardo que sintetiza os objetivos políticos e sociais da gestão (Ghione, 2014).

Escola de Artes e Ofícios e o Parque do Empreendimento de Medellín (Parque E) (Fig. 27, 28 e 29). Somado a este instrumento, outros como

(...) o Plano de Ordenamento Territorial (POT) e o Plano Diretor de Zonas Verdes, têm permitido o avanço da recuperação de bacias, zonas de risco ambiental, criação de espaços públicos, habitação de interesse social e políticas eficientes de gestão do solo (BARATTO, 2013, n.p).

Fig.27 – Cedezo Santo Domingo



Fonte:
www.camilo040798.blogspot.com/2014/09/cedezos.html

Fig.28 – Cedezo La Ladera



Fonte:
www.architectour.net/opereopera.php?id_opera=5969&nome_opera=Biblioteca%20Ladera

Fig.29 – Biblioteca-parque España



Fonte:
www.imagenesmy.com/imagenes/medellin-architecture-f7.html

Dentro das políticas de transformação da cidade, a “implementação de um sistema de transporte público e de acessibilidade eficiente e qualificado (...)” (GHIONE, 2014, n.p), é considerado um dos pilares dessa estratégia. 2004 marca o início desse sistema com a inauguração de teleféricos (*Los Metrocables*) que transportam diariamente 30 mil passageiros, interligando as comunidades Andalucía, Popular e Santo Domingo, com 1,8 e 2,7 km de extensão; conectando-as com a rede de metrô

municipal. Os *Metrocables* tornaram-se referência para projetos semelhantes em Caracas, La Paz e Rio de Janeiro (Fig. 30).

Numa etapa posterior foram instaladas escadas rolantes urbanas (*escaleras electricas*) na Comuna 13 (Comunidade San Javier), permitindo o ir e vir com acessibilidade de seus mais de 130 mil moradores (Fig. 31 e 32).

Roberto Ghione, arquiteto argentino radicado na cidade do Recife¹⁸, após visita à cidade de Medellín, assim resume esse programa em artigo publicado na revista eletrônica Vitruvius:

O sistema de transporte público pode ser considerado o motor da transformação. Resolvido de forma criativa, com objetivo além do específico de transportar e integrar as pessoas, mas também de estimular a cultura cidadã e a civilidade. A atual combinação entre trens elevados, ônibus em sistema BRT e Metrocable (teleféricos) constitui uma solução original adaptada às circunstâncias geográficas, complementada com sistemas de micro-ônibus que acessam áreas mais remotas (...). O programa urbano de acessibilidade inclui, naturalmente, o cuidado com as calçadas, um sistema integrado de ciclovias e até escadas rolantes (...). A instalação de escadas rolantes para acesso às favelas surpreende pela originalidade e o poder de transformação social (GHIONE, 2014, n.p.).

Fig.30 – *Metrocable* de Medellín



Fonte: www.gondolaproject.com/category/installations/medellin-metrocable/

¹⁸ Arquiteto e Urbanista formado pela Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Especializado em Crítica Arquitetônica, Preservação do Patrimônio e Planejamento Urbano, é Titular do escritório Vera Pires e Roberto Ghione Arquitetos Associados e ex-Presidente do IAB-PE – Instituto dos Arquitetos do Brasil, departamento Pernambuco.

Fig.31 – sistema de escadas rolantes da Comuna 13



Fonte: GHIONE, 2014

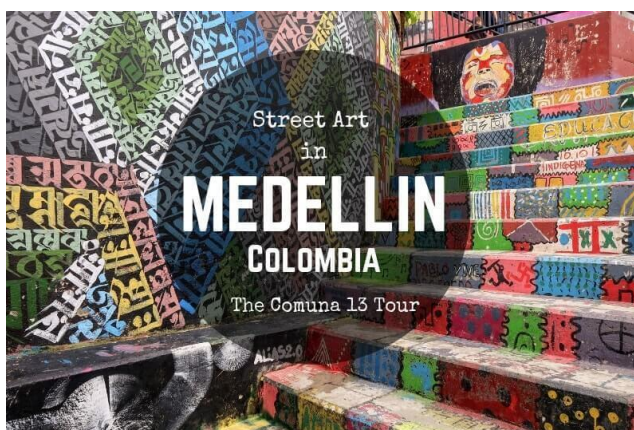
Fig.32 – sistema de escadas rolantes da Comuna 13



Fonte: GHIONE, 2014

Medellín se transformou, juntamente com Bogotá, em referência para cidades que buscam soluções criativas para seus problemas de insegurança, violência, informalidade e inclusão social, pela constituição de espaços físicos “(...) de articulação entre as necessidades de fortalecimento e transformação técnica, tecnológica e organizacional das iniciativas empresariais da população e a transferência de conhecimentos entre o setor empresarial consolidado e o setor da educação superior” (p.130) que se configuram como “espaços que promovem, mediante as dinâmicas empresariais, a inclusão social, a criação de valor agregado, emprego e renda nas zonas de influência e, portanto, são dinamizadores do desenvolvimento endógeno territorial” (p.131) e são “base da criação de incubadoras de empresas, nas quais o acompanhamento aos empresários favorece a geração de sinergia e dinâmicas de associação entre eles e possibilita a criatividade e a inovação” (CAVALCANTI *et al*, 2013, p.131) (Fig. 33).

Fig.33 – arte de rua



Fonte: <https://www.anepiceducation.com/comuna-13-grafiti-tour-medellin/>

Nos últimos anos a cidade tem recebido um sólido fluxo de turismo de negócios, sediando grandes eventos internacionais – Encontro das Academias de Língua Hispânica, Assembleia Geral da Organização dos Estados Americanos, Assembleia Geral do Banco Internacional de Desenvolvimento, Congresso Ibero-americano de Cultura, Bienal Ibero-americana de Arquitetura, entre outros -, respaldando a construção de hotéis e a ampliação de serviços relacionados, gerando empregos de alta qualidade (MELGUIZO, 2011).

Em 2009, a cidade de Medellín recebeu o prêmio *City to City* Barcelona FAD da entidade espanhola *Fomento de Las Artes y del Diseño* pelo projeto “*Medellín, la más educada*”¹⁹; foi sede do 7º Fórum Urbano Mundial da ONU-Habitat em 2014 e neste mesmo ano foi eleita a “Cidade do ano” pelo *The Wall Street Journal* e Citigroup, a mais inovadora entre 220 concorrentes (GHIONE, 2014).

Fazendo um paralelo com Recife, Rafael Dantas destaca em publicação na Revista Algomais (10/10/2019) que “(...) diversos atores públicos e privados, têm-se mobilizado para construir alternativas para alcançar melhorias na mobilidade, condições de moradia, qualificação das áreas públicas e no próprio engajamento das pessoas no cuidado com o espaço urbano” (DANTAS, 2019, n.p).

Algumas estruturas como a Secretaria Executiva de Inovação Urbana e a Secretaria de Segurança Urbana da Prefeitura do Recife, o INCITI (grupo de Pesquisa e Inovação para as Cidades, da UFPE), o L.O.U.Co (Laboratório de Objetos Urbanos Conectados, do Porto Digital)²⁰ e o FAB LAB Recife (laboratório de fabricação digital, embarcado do Porto Digital), vêm desenvolvendo soluções criativas para alguns desse problemas através de programas como o Mais Vida Nos Morros (Fig. 34) e o Parque Capibaribe (Fig. 35), que buscam, através do envolvimento da população, a qualificação do espaço urbano através de boas práticas de Arquitetura e Urbanismo (DANTAS, 2019).

¹⁹ Dado disponível em <http://scalae.net/noticia/premio-city-to-city-a-la-ciudad-de-medellin-por-%E2%80%9Cmedellin-la-mas-educada%E2%80%9D>

²⁰ Ver capítulo 5.

Fig.34 – Mais Vida nos Morros



Fonte: Andrea Rego Barros / PCR
<http://www.revista.algomais.com/urbanismo/inovacoes-criativas-modificam-espaco-urbano-no-recife>

Fig.35 – Parque Capibaribe



Fonte: Lú Streithorst / PCR
<http://www2.recife.pe.gov.br/noticias/14/09/2018/prefeitura-do-recife-comemora-dois-anos-do-jardim-do-baoba>

Com forte inspiração na experiência das BibloRed de Bogotá e nos Cedezos de Medellín, a Prefeitura da cidade através da Secretaria de Segurança Urbana²¹ (articulada com mais nove secretarias municipais), inaugurou em março de 2016 o primeiro Centro Comunitário da Paz (COMPAZ) no bairro Alto Santa Terezinha “(...) com o objetivo de garantir inclusão social e fortalecimento comunitário” (PREFEITURA DO RECIFE, 2016).

O programa básico desses complexos conta com biblioteca, espaços para diversas atividades esportivas e culturais; salas para serviços judiciários, Procon²², mediação de conflitos e atendimento a mulheres vítimas de violência; sala de empreendedorismo e de capacitação, além de salas de aula e reforço escolar.

Em março de 2017 foi entregue a segunda unidade no bairro do Cordeiro, que inclui quadras de tênis e pista de skate, além do Ateliê Compaz “cujo foco é capacitar os participantes para a geração de renda” (PREFEITURA DO RECIFE, 2017).

Em ambas as unidades, as bibliotecas são o carro-chefe. As duas bibliotecas possuem computadores com acesso à internet, wi-fi, salas de estudo e espaço infantil, com dois artes educadores em cada. Entre as atividades, “contação” de

²¹ O Secretário de Segurança Urbana do Recife Murilo Cavalcanti nas gestões do prefeito Geraldo Júlio (2013/2016 – 2016/atual) foi o organizador do livro “As lições de Bogotá & Medellín – do caos à referência mundial” (Editora INTG, Recife, 2013) após diversas visitas a estas cidades.

²² Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon), órgão administrativo de poder executivo municipal e/ou estadual destinado à proteção e defesa dos direitos e interesses dos consumidores.

histórias; apresentações teatrais, musicais, circenses e literárias; rodas de diálogos com temáticas de combate às drogas, racismo, homofobia, violência contra mulheres; confecção e lançamento de livros, cine debates, atividades manuais, com música e brincadeiras populares, além de colônia de férias nos meses de recesso escolar (PREFEITURA DO RECIFE, 2017). Esses dois COMPAZ em funcionamento na cidade (Fig. 36 e 37) contam com cerca de 30 mil pessoas cadastradas e aproximadamente 80 mil atendimentos por mês.

Uma antiga fábrica de estopas, localizada na Avenida Caxangá, bairro Zumbi, já abriga parcialmente o terceiro COMPAZ (Fig. 38) – Miguel Arraes, suprimindo a carência de espaços de lazer e esportes daquela região. Contará com quadra coberta, quadra de areia, *skate park*, parque infantil, pista de cooper, além de biblioteca e cineteatro. O complexo abrigará também uma Unidade de Tecnologia (Utel) oferecendo cursos para todas as faixas etárias e um Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) (AZEVEDO, 2019).

Fig.36 – COMPAZ Escritor Ariano Suassuna, Cordeiro



Fonte: Aluísio Moreira –
<https://m.blogs.ne10.uol.com.br/jamildo/2017/03/27>

Fig.37 – COMPAZ Governador Eduardo Campos, Alto Santa Terezinha



Fonte: reprodução Google Street View

Fig.38 – COMPAZ Miguel Arraes, Zumbi



Fonte: autor, 2020

Uma quarta unidade instalada no Coque, na Ilha Joana Bezerra, já está prevista, além de mais três unidades localizadas nos bairros Pina, Ibura e Várzea, conforme anunciado em 2018 pela Prefeitura do Recife²³.

Ainda é cedo para uma análise positiva da implantação desses equipamentos em suas respectivas localidades (Fig. 39). Assim como nos casos de Bogotá e Medellín, se faz necessário uma certa escala (numérica) desses equipamentos distribuídos na cidade para que as transformações por eles proporcionadas se irradiem de forma equilibrada no território. Imagina-se, porém, que a partir deles, com a continuidade de seus objetivos pelas gestões municipais vindouras, e com sintonia com outros programas e políticas públicas que tenham ênfase na educação e desenvolvimento social, em sistemas de transportes públicos de qualidade que conectem a cidade e em desenvolvimento urbano e tecnológico, a transformação socioeconômica – a exemplo das cidades analisadas – possa efetivamente acontecer.

Fig.39 – localização dos COMPAZ na cidade do Recife



Fonte: autor. Adaptado de Google Earth

²³ Informação disponível em: <https://www.folhape.com.br/politica/politica/recife/2018/12/17/BGL,8931,7,745,POLITICA,2419-TRES-NOVAS-UNIDADES-COMPAZ-SERAO-CONSTRUIDAS-RECIFE.aspx>

Nunca se discutiu tanto a cidade. Seus problemas que parecem intransponíveis, seus desafios que soam inviáveis. O dinamismo da cidade e sua capacidade de se inventar e reinventar lhe permite alinhar um tecido urbano esgarçado por expansões e retrações. A servir-lhe de linha estão questões estruturantes (educação, acesso à tecnologia, mobilidade) e iniciativas estimulantes de engajamento, forjando elos que promovam a apropriação da cidade por seus habitantes. Só se ama o que se conhece; expandir os mapas mentais e afetivos que cada um de nós faz de sua cidade a torna uma. Cuidar do micro, sentindo-se parte do macro. É esse deslocamento do olhar, da parte para o todo, do produto para o processo, da criatividade individual para a inovação urbana, dos mapas individuais para os coletivos, que içam as velas da cidade criativa (REIS, 2012, p.185).

4. OS CLUSTERS CRIATIVOS

“O impulso para as inovações requer ambientes de trabalho nos quais as pessoas queiram compartilhar e colaborar, obtendo vantagens mútuas” (LANDRY, 2011, p.13). O aproveitamento da motivação, das habilidades e do talento não ocorre em estruturas organizacionais de cima para baixo. Pessoas interessantes, cada vez mais, não se dispõem a trabalhar em estruturas tradicionais, caracterizadas pela submissão e resignação (BRENDASSOLLI; WOOD JR., 2006), levando à novas formas de gestão e governança. Por outro lado, o processo de aglomeração de empresas existe em função da necessidade de minimização de seus custos.

As Aglomerações Territoriais ou Arranjos Produtivos Locais (APL)²⁴ “são constituídos pela atuação de agentes econômicos, políticos e sociais que demonstram vocação ou são intensivos em um conjunto específico de atividades relacionadas aos setores culturais e criativos, a exemplo do Porto Digital”. Isto ocorre “pelo fato de muitos desses arranjos possuírem incubadoras e aceleradoras de negócios, centros de pesquisa e inovação vinculados às universidades e, especialmente, à dinâmica de cooperação que se estabelecem em suas respectivas redes” (SILVA, 2014, p.26-27). Essa cooperação, oriunda do modelo *Triple Helix*²⁵, ou Hélice Tripla, torna-se elemento fundamental para a sua construção e desenvolvimento.

²⁴ “O termo APL foi criado por uma comissão interministerial do governo brasileiro no ano de 2004, quando se buscava desenvolver políticas públicas direcionadas para as aglomerações de empresas (NORONHA; TURCHI, 2013). (...) Essa ação centrada nos APLs estimula o desenvolvimento regional e incentiva os vínculos verticais e horizontais entre as empresas e os atores envolvidos (BERBEL, 2008). (...) Kirschbaum et al. (2009) definem os APL como aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco num conjunto específico de atividades econômicas, enquanto que Cassiolato e Lastres (2003) corroboram com essa concepção afirmando que esses arranjos são constituídos pela participação e interação entre empresas, clientes, representações, instituições públicas e privadas” (SILVA, 2014, p.40-41).

²⁵ Estrutura discutida desde a década de 1980, o modelo *Triple Helix* teve como marco teórico a publicação, na década de 1990, do livro *The Triple Helix – University-Industry-Government Relations: a laboratory for knowledge based economic development* (A Hélice Tripla – Relações Universidade-Indústria-Governo: um laboratório para o desenvolvimento econômico baseado no conhecimento) do norte-americano Henry Etzkowitz e do holandês Loet Leydesdorff, a partir da análise de certos padrões identificados nos Estados Unidos, associando indústrias de alta tecnologia, pequenas e médias empresas e a relação destas com a Universidade e Governo (AUXILIAR, 2010). O modelo *Triple Helix* se apresenta como alternativa do desenvolvimento econômico e social relacionando o aumento da competitividade num contexto de globalização crescente. No entendimento de Etzkowitz e Leydesdorff (2012), o papel dos agentes que compõem a *triple helix* começa pelo atendimento a demandas socioeconômicas com o conhecimento desenvolvido nas universidades; a análise e gerenciamento desses conhecimentos caberia às empresas e instituições corporativas – com a intenção de comercialização dessas inovações; e o governo como facilitador e coordenador do desenvolvimento do potencial de setores e regiões, mediando as relações entre os demais agentes. “Tome-se uma universidade conceituada, regue-se com doses generosas de capitais de risco, misture-se tudo num ambiente empreendedor e temos como resultado o estabelecimento de um ciclo virtuoso” (BRESNAHAN & GAMBARDELLA, 2004, *apud* AUXILIAR, 2010, p.8).

Essa tendência de aglomeração em grupos distintos, também denominadas *clusters*, refletem as interações múltiplas e complexas (econômicas, sociais e culturais) entre empresas, tornando-se essenciais para sua sobrevivência e crescimento, e, certamente estão entre as inúmeras atividades e fatores que formam a gênese do conceito de “cidade criativa” (LEITE; AWAD, 2012; MINISTÉRIO DA CULTURA, 2012).

Em se tratando de aglomerações produtivas, os conceitos que permeiam questões como território, comunidade, cidadania e identidade (coletiva e individual) acabam por serem revistos buscando atender a reivindicações proporcionadas pelas demandas sociais em contrapartida às demandas político-econômicas. Essas reformulações dos conceitos provocados pelas práticas sociais têm permitido uma transformação cultural que baliza e torna legítimos os vínculos estabelecidos pelos atores estratégicos que compõem as redes, assim como as políticas públicas e privadas, que têm como fundamento o investimento social (MURAD, 2009 *apud* SILVA, 2014, p.28-29).

Os *clusters* criativos, fortalecidos com o processo de reestruturação produtiva, decorrente do processo de desindustrialização ocorrido em diversas cidades e da emergência de mudança para o foco em conhecimento e valores imateriais, tendem a provocar transformações significativas no espaço urbano e dos cenários culturais. O território se organiza de um novo modo, com novas demandas e funções específicas, com base na implementação destes novos Arranjos Produtivos (LEITE; AWAD, 2012). E esses efeitos não são percebidos apenas nos grandes centros, desde que existam condições para o desenvolvimento de setores criativos em qualquer comunidade.

O conceito de *cluster* não é recente e remonta à Idade Média. Os primeiros estudos sobre aglomerações econômicas surgiram com a obra *Principles of Economics*, do economista britânico Alfred Marshall, em 1920. As reflexões de Marshall se pautaram acerca “(...) da importância das atividades geograficamente concentradas para o desenvolvimento econômico e social, a geração de emprego e a obtenção de vantagens competitivas para esses territórios” (NETO; PAULILLO, 2012 *apud* SILVA, 2014, p.18).

Na literatura especializada, os *clusters* são objetos de inúmeras pesquisas realizadas por diversos autores em diferentes contextos e que trazem diversas

definições sobre seu conceito. Essa multiplicidade se explica pela presença de “elementos qualitativos, como confiança, meio social e ambiente criativo, que são variáveis difíceis de medir e que possibilitam diversas interpretações” (LEITE; AWAD, 2012, p.106).

O conceito de *cluster*, como hoje se reconhece, reapareceu na década de 1990 através do trabalho de um dos principais nomes quando se discutem essas estruturas econômicas: o economista norte-americano Michael Porter.

Porter define *cluster* como uma concentração geográfica de empresas, instituições, fornecedores, prestadores de serviços, interconectados em torno de um determinado setor (PORTER, 1998). Leite e Awad (2012) complementam: são estruturas econômicas ativas que dispõem de ampla infraestrutura especializada; possuem estritas relações com consumidores e fornecedores relacionados à sua cadeia produtiva. Muitos *clusters* têm em sua composição a presença de instituições - universidades, associações e centros de treinamento - que promovem educação, informação, pesquisa, treinamento especializado e suporte técnico; além “(...) de receberem o apoio de forças governamentais, que fomentam seu desenvolvimento na forma de incentivos e programas diversos” (p.108).

Esse conceito “é retomado no início dos anos 2000 para conformar o termo “*cluster* criativo” (l.51) que sugere uma abordagem mais integrada à dinâmica contemporânea (REIS, 2012):

Um *cluster* criativo requer muito mais do que a visão padronizada de um parque de empresas próximo a um campus tecnológico. Inclui instituições sem fins lucrativos, instituições culturais, equipamentos culturais, artistas, parque científicos e centros de mídia. *Clusters* criativos são locais de trabalho e residência, onde os produtos criativos são produzidos e consumidos, nutridos por diversidade, em cidades multiculturais que têm sua distinção e também conexão com o mundo (*Creative Clusters Conference and Network*, 2003, apud REIS, 2012, l.51).

Diversos autores contribuem para um maior entendimento sobre o tema:

Saxenian (1994) argumenta que além da concentração espacial de empresas, as relações de interdependência entre elas devem ser abrangentes, incluindo as

comunidades científicas, associações profissionais e institutos apoiados pelo governo. Dessa forma, “criam-se nos *clusters* relações que normalmente não existem entre empresas dispersas do ponto de vista geográfico: relações de cooperação” (*apud* LEITE; AWAD, 2012, p.109).

O'Mara (2004) sugere que entre os fatores críticos necessários para implementação de um *cluster*, destacam-se:

- Promover e facilitar o diálogo entre todas as partes envolvidas num determinado espaço geográfico;
- Definir um território de implantação, gerar uma 'visão' comum e definir metas;
- Gerar um programa, assim como uma estratégia, para implementação a médio/longo prazo;
- Criar espaço para o estabelecimento de lideranças naturais, em cada um dos três poderes: político, empresarial e cultural;
- Criar um movimento com uma ampla participação e envolver as universidades e centros de investigação;
- Gerir o projeto ao longo de todo o processo de implementação, adotando metodologias eficazes de gestão e definindo instrumentos de monitoramento;
- O poder político deve assumir o papel de motor de arranque, criando vantagens fiscais, infraestruturas, eliminando barreiras físicas e jurídicas, atribuindo apoios, etc.; mas deve resistir à tentação de ter o domínio do projeto (*apud* FAUSTINO, 2013, p.46).

Orsenigo (2006) aponta que “o *cluster* é o resultado da existência e do desenvolvimento de redes locais, que decorrem de fatores específicos de localização”. E continua: “(...) a cooperação em atividades de inovação e aprendizagem interativa é a propriedade distinta que define e identifica os *clusters*” (*apud* FAUSTINO, 2013, p.45).

Picard (2010) descreve que os *clusters* se caracterizam por promover interações que necessitam de um contato contínuo que, “muitas vezes, levam a que outras empresas prestadoras de serviços complementares se localizem perto daquelas que, efetivamente necessitem de seus serviços” (*apud* FAUSTINO, 2013, p.46-47).

O fato dessas empresas estarem próximas geograficamente “(...) e de possuírem um ambiente construído por um conjunto de iniciativas que dinamizam a convivência, a troca de experiências, o compartilhamento de ideias e projetos, dentre outros, propiciam a geração de inovação e de artefatos com alto valor agregado” (*apud* SILVA, 2013, p.82).

Flew (2012) descreve que “a perspectiva cultural e econômica da geografia tem sido importante na compreensão das indústrias criativas (...), no desenvolvimento geográfico de *clusters*, (...) e na criação de cidades e regiões num contexto econômico global” (*apud* FAUSTINO, 2013, p.45).

Lazzeretti, Boix e Capone (2013) destacam cinco hipóteses para que as indústrias criativas se beneficiem da aglomeração, isto é, formem *clusters*:

- Dotações históricas culturais e adjacências ao poder político;
- Economias de aglomeração;
- Diversidade relacionada;
- Capital humano;
- Presença da ‘classe criativa’ (*apud* VAZ DE MELO; PAIVA, 2016, p.1292).

Fica claro que os *clusters* como um formato de Arranjo Produtivo Local, têm imenso potencial de conduzir a transformação de um espaço ou de uma região, desempenhando papel fundamental nos processos de regeneração urbana – em diversas escalas e atividades – e conseqüente desenvolvimento econômico. Estes novos arranjos “poderão se aliar a novos arranjos espaciais na construção de novos territórios que agreguem valor de funcionalidade produtiva e urbanística” (p.96). Nesse sentido, urbanistas, economistas e gestores públicos podem especular sobre formas de arranjos em que os grandes gargalos atuais das cidades – como mobilidade e infraestrutura – sejam gradativamente superados (LEITE; AWAD, 2012). Porém, muitas vezes algumas iniciativas se apresentam de forma isolada, sem diretrizes de implantação, sem vínculo com planos diretores municipais ou com políticas mais amplas.

A criação de um *cluster* ou centro de indústrias criativas numa determinada cidade pode criar fatores positivos ou negativos. Os fatores positivos podem se caracterizar, entre tantos, pela criação de empregos, atração de pessoas com talento, reabilitação de zonas degradadas e a conseqüente valorização da imagem da cidade. Os fatores negativos, por sua vez, se caracterizam por exemplo, pelo aumento do custo de vida; elevação nos preços dos imóveis; transtornos cotidianos na vida urbana como insegurança, aumento no tráfego, no nível de ruído, etc. A definição de políticas públicas adequadas e específicas devem, portanto, buscar a medida apropriada para o equilíbrio dessas externalidades (FAUSTINO, 2013).

Um *cluster* engloba, do ponto de vista econômico, estruturas muito mais complexas do que apenas uma concentração de setores específicos em determinadas localidades (LEITE; AWAD, 2012). O desenvolvimento local não poder ser reduzido exclusivamente à promoção dos *clusters*, porém, é possível considerá-los como alternativa importante para a renovação do território de certas cidades, constituindo uma nova estratégia produtiva na “nova” economia do século XXI.

Nesse contexto, os *clusters* têm imenso potencial de desenvolvimento como estratégia na reestruturação de antigas áreas industriais degradadas, ou seja, “são um instrumento importante a ser utilizado nos processos de regeneração urbana e na implementação de projetos urbanos inovadores” (LEITE; AWAD, 2012, p.128). Esse fenômeno de regeneração de territórios marginalizados e de áreas economicamente deprimidas vem acontecendo no mundo inteiro, nas últimas três décadas, a partir de estratégias de fomento às empresas e *clusters* criativos ali inseridos.

Se formos especular um pouco mais ousadamente e olhar para novos cenários estratégicos possíveis, pode-se avaliar que ambos processos – regeneração urbana e reestruturação produtiva – poderão começar a emergir em nossas metrópoles contemporâneas para além das configurações territoriais usuais (...). Estes “(...) novos arranjos produtivos poderão se aliar a novos arranjos espaciais na construção de novos territórios que agreguem valor de funcionalidade produtiva e urbanística” (LEITE; AWAD, 2012, p.96).

Os *clusters*, portanto, são importantes elementos-chave na geração de novas funções do espaço urbano. A reabilitação urbana dessa forma passa a ser então

entendida por meio de uma abordagem diferente daquela apresentada tradicionalmente nesses processos: o projeto urbano oferece agora funções ao território, e não ao contrário. É a inversão do paradigma do projeto dos objetos como organizador dos usos para as atividades criativas como constituidora dos espaços – a ênfase no programa.

Independente da escala, têm-se nesse novo contexto a possibilidade de criação de uma identidade e de um ambiente criativo.

4.1. Estudo de casos

No mundo inteiro, centenas de antigos depósitos e cervejarias, estações de trem, ônibus ou corpo de bombeiros, fábricas de cimento, carvão, tecido, fumo ou aço. Velhos mercados ou quartéis militares foram transformados em centros de cultura ou experiência, incubadoras e terrenos de criação de empresas e em polos de regeneração urbana mais amplas. (...) Por que essas estruturas ecoam? Porque elas exalam lembranças e a ferrugem da idade em uma era em que a novidade cada vez mais apaga as lembranças (LANDRY, 2013, p.22).

Para os habitantes da cidade, estes polos de criatividade começam a ser visíveis como referências de cultura, tecnologia, formação acadêmica ou boemia (REIS, 2011), resgatando o sentido de cidadania em sua forma mais plena. Pode-se enumerar entre tantos, diversos exemplos, em diversas escalas (cidades, bairros, quarteirões, ruas, edifícios construídos ou reconstruídos, praças, parques, etc.), de iniciativas pelo mundo em que se observa a promoção de uma revitalização urbana através da implantação das “indústrias criativas”:

- Na Europa, 22@Barcelona, Bilbao Ria 2000, Espaço Matadero em Madri e Cartuja 93 em Sevilha, Espanha; De Hallen em Amsterdam, Holanda; Projekt Zukunft em Berlin, U-Tower, em Dortmund e Ruhr Museum em Essen (Fig. 40), Alemanha; Silicons Docks em Dublin (Fig. 41), Irlanda; Oxford Road Corridor em Manchester, The Media Centre em Huddersfield e The Pervasive Media Studio em Bristol (Fig. 42), Reino Unido; Rua Miguel de Bombarda e Mercado de Matosinhos (Fig. 43) em Porto e LxFactory em Lisboa, Portugal.

- Na Ásia, One North em Queenstown, Singapura; Tiding Boulevard em Neihu, Taipei; Hyderabad na Índia; 798 Art Zone (Fig. 44) em Pequim, China.
- Na África, Otigba em Lagos, Nigéria; Keyes Art Mile em Joanesburgo e The Old Biscuit Mill na Cidade do Cabo (Fig. 45), África do Sul.
- Na América do Norte, Wynwood District em Miami, Estados Unidos; Granville Island (Fig. 46), Vancouver, Canadá.
- Na América do Sul, Fábrica Bhering na cidade do Rio de Janeiro e o Porto Digital em Recife.

Fig.40 – Ruhr Museum, Essen, Alemanha. As passarelas remetem ao aço incandescente do antigo complexo industrial Zeche Zollverein



Fonte: Landry, 2013

Fig.41 – Silicon Docks, Dublin, Irlanda



Fonte: Simon Dawson / Bloomberg
<https://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/2015/03/19.html>

Fig.42 – The Pervasive Media Studio, Bristol, RU



Fonte: tobyz.net/diary/2008/08/pervasive-media-studio

Fig.43 – Mercado de Matosinhos, Porto, Portugal



Fonte: autor, 2017

Fig.44 – 798 Art Zone, Pequim, China



Fonte: chinalinktrading.com/blog/w798-art-district3.jpg

Fig.45 – The Old Biscuit Mill, Cidade do Cabo



Fonte: <https://www.southafrica.net/br/pt/travel/article/the-old-ciscuit-mill>

Fig.46 – Granville Island, Vancouver, Canadá



Fonte: <https://www.granville.com>

Estes novos polos trazem questões como a renovação urbana, diversidade de usos e a reabilitação do patrimônio edificado, modernizado através da realização de obras em seus sistemas de infraestrutura (fornecimento de água, energia, lógica, esgotamento sanitário, adaptação e criação de vias, revisão dos sistemas de transportes, etc.), nos seus equipamentos e nos seus espaços urbanos de utilização coletiva, transformando-os e instigando sua população à valorização e apropriação de seu patrimônio constituído.

Analisando alguns casos consolidados, difundidos por mídias diversas e registrados em estudos acadêmicos:

4.1.1. Huddersfield Media Centre²⁶

themediacentre

O *Media Centre* implantado pelo *Creative Town Initiative* na cidade de Huddersfield, no Reino Unido (comentado no capítulo 3, p.54-55), com fundos do governo local, foi reconhecido em 2009 como o *cluster* criativo mais bem-sucedido do país. Nessa data contava com quatro edifícios, entre próprios e gerenciados, que abrigavam mais de 200 empresas criativas, motivando a criação de outros concorrentes do setor privado na região (WILLS, 2011), instalados em velhos moinhos, edifícios ociosos e antigos armazéns reconfigurados, requalificando o patrimônio histórico-cultural edificado naquele território (Fig. 47 e 48).

Utilizando-se da criatividade como instrumento de desenvolvimento e prosperidade, empresas de mídia digital e novas mídias ali prosperam. “O setor cultural e o setor criativo mais amplo cresceram na região e desempenham um papel local economicamente importante. Nesse contexto, Huddersfield é reconhecida nacional e internacionalmente como um modelo de boa prática” (WILLS, 2011, p.121).

Fig.47 – The Media Centre



Fonte:
<http://www.prolificnorth.co.uk/digital/featured/2016/02/>

Fig.48 – The Media Centre



Fonte:
<http://www.socialprogress.co.uk/the-media-centre-huddersfield-web->

²⁶ Logo disponível em: <https://www.themediacentre.org>

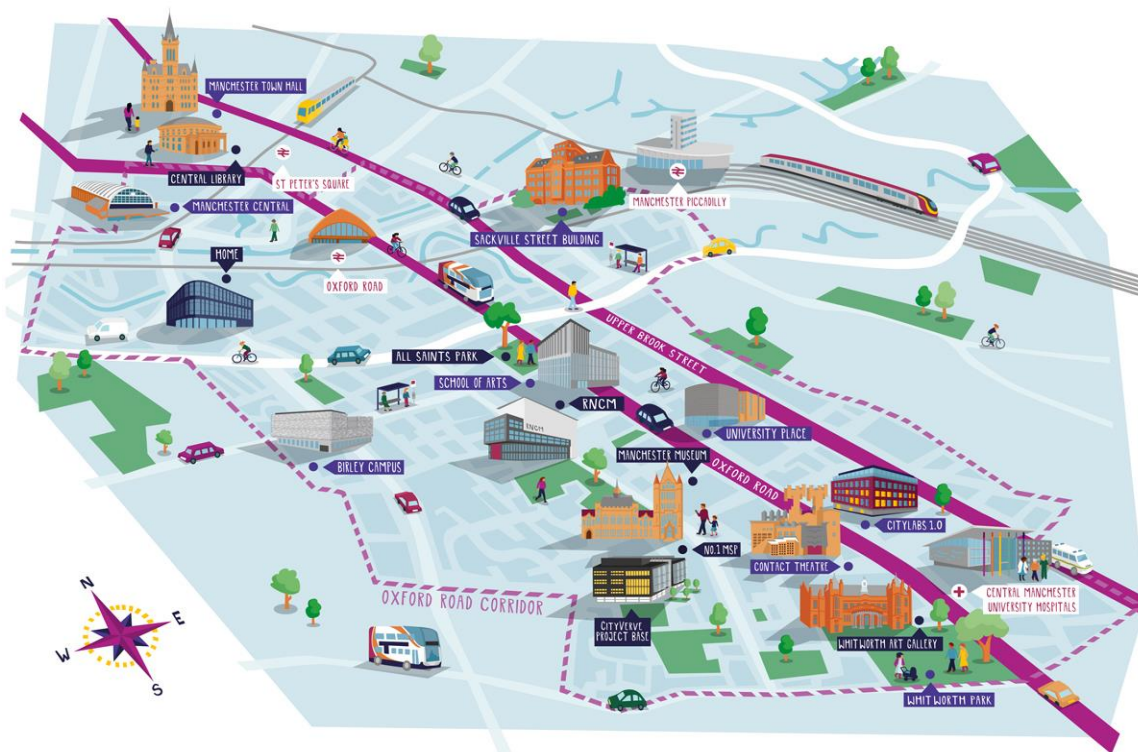
4.1.2. Oxford Road Corridor (The Corridor)²⁷

CORRIDOR MANCHESTER

The Corridor é um *cluster* de inovação situado ao sul da cidade de Manchester, no Reino Unido. Foi criado em 2007 por um grupo que conectou o governo local, sua universidade e outras instituições públicas e privadas com interesse comum em desenvolvimento baseado em conhecimento e criatividade, visando o aumento dos níveis de investimento e crescimento econômico da região (CAVAN; KAZMIERCZAC, 2011).

A área abrange um trecho de uma das principais vias da cidade, importante eixo de transporte que cobre 240 hectares de área (Fig. 49) e é composta por diferentes instituições e empresas que se agrupam e se conectam com *startups*, incubadoras e aceleradoras de pequenas empresas, buscando oportunidades através de experiência e conhecimento para o desenvolvimento de inovação real para todos os setores ali representados (WILLS, 2011).

Fig.49 – The Corridor - mapa



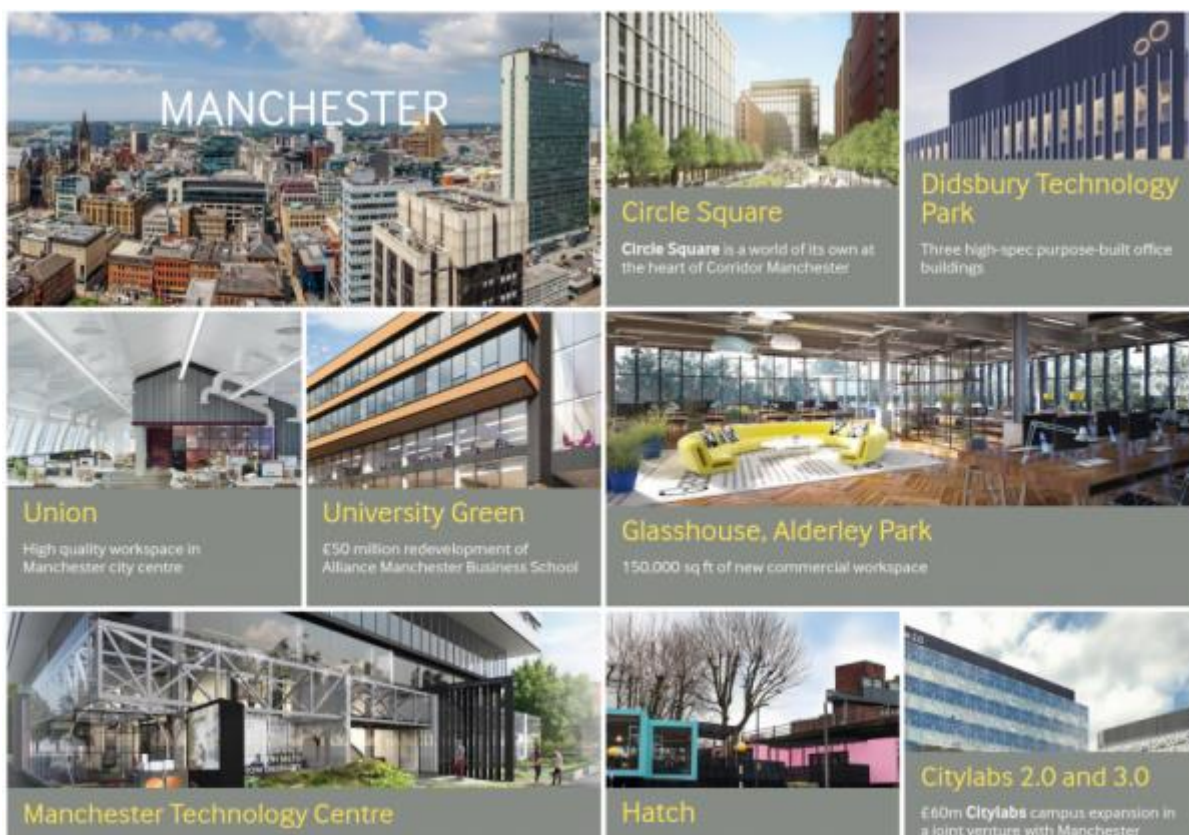
Fonte: <http://www.wemp.app/posts/e1111c83-d286-4ec2-915a-b250847b7edd>

²⁷ Logo disponível em: <https://www.oxfordcorridor.com>

Dentro do conceito inicial que estabeleceu as diretrizes de implantação do *cluster*, está a criação do “sentido do lugar” como parte essencial desses objetivos, organizando o espaço com a colaboração e envolvimento da comunidade, onde pessoas talentosas possam aprender, criar, trabalhar, fazer negócios, viver e socializar (THE CORRIDOR), incluindo mudanças na infraestrutura física, implantação de novos locais de trabalho, espaços públicos e qualidade ambiental, com a redução da poluição e emissões de ruído.

“O Corredor”, abrigando cerca de 70 mil estudantes e 60 mil empregos, tem sido utilizado desde então como um “laboratório vivo”, com vários projetos concluídos e em andamento no contexto do dinamismo econômico, social e de sustentabilidade. A meta estabelecida para 2025 é solidificar o *Oxford Road Corridor* como centro cosmopolita de Manchester, distrito de inovação de classe mundial, atraindo pessoas da região e do mundo (THE CORRIDOR) (Fig. 50).

Fig.50 – The Corridor, Manchester



Fonte: <https://www.magazine.bruntwood.co.uk/ourprojects#!/citylabs-20-and-30>

4.1.3. De Hallen²⁸



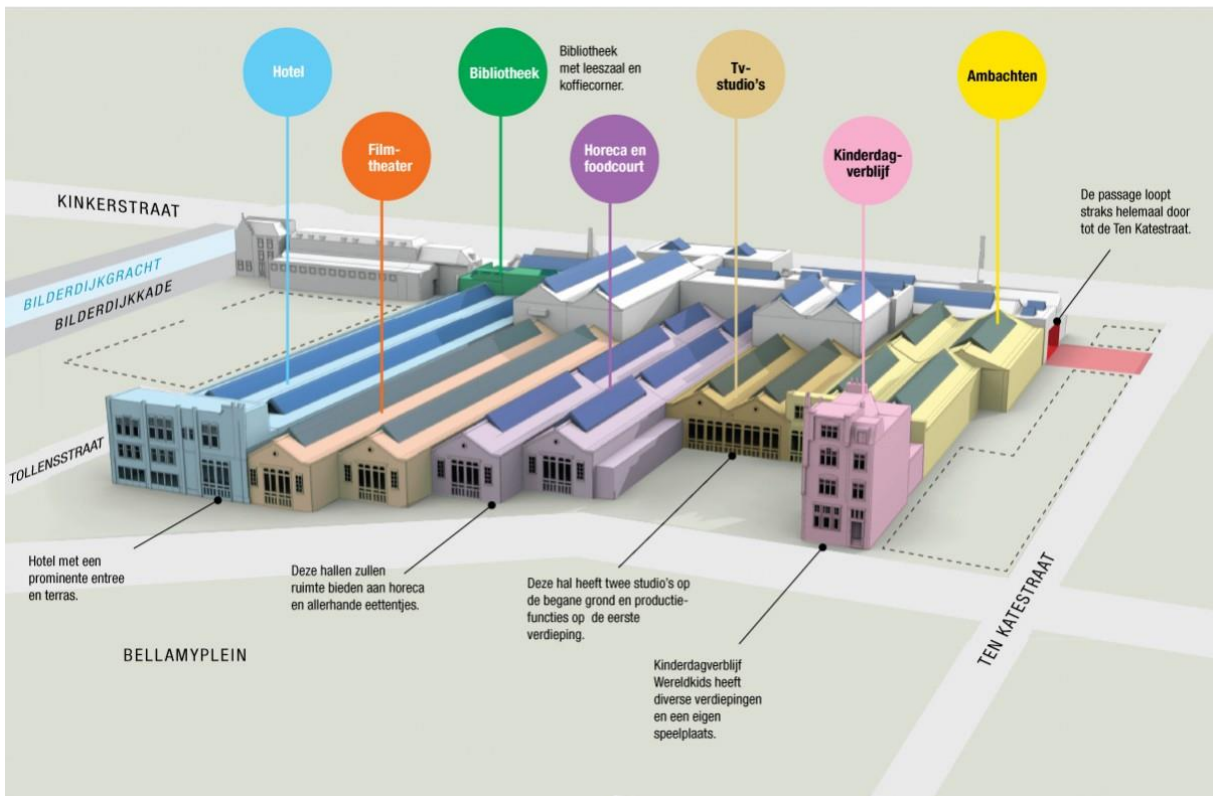
Situado em Kinkerbuurt, na Oud West Amsterdam – antigo setor industrial da cidade, o complexo criativo De Hallen está alojado em uma antiga garagem/oficina de *trams* (espécie de trem urbano sobre trilhos) construída entre 1902 e 1928.

No final do ano 2011, a Fundação TROM (TramRemise OntwikkelingsMaatschappij) foi criada por uma parceria entre moradores locais, a empresa Burgfonds e o arquiteto André van Stigt, dando, em 2013, início as reformas no complexo, transformado em 2015 em centro de mídia, cultura, moda, gastronomia e artesanato. Distribuídos por suas edificações, ali foram instaladas lojas, quiosques, galerias, ateliêrs, três restaurantes, biblioteca, um complexo de cinemas, estúdios de tv, centro de artesanato, um “refeitório multicultural” e um hotel, além de espaços para eventos e exposições (DE HALLEN) (Fig. 51).

Entre seus espaços, no *FoodHallen*, um mercado coberto, existem mais de 20 quiosques de alimentação de diversas partes do mundo e o *FilmHallen*, maior complexo de cinema da Holanda, é composto por nove salas de exibição e recebe festivais e eventos especiais ligados ao cinema. Ali, a rede *The Maker* organiza um mercado mensal de criadores, exibindo e comercializando produtos que variam de joias à roupas e acessórios; a *Denim City* da Fundação *House of Denim*, é um centro de desenvolvimento de formas sustentáveis, inovadoras e colaborativas de trabalho a partir do jeans; a biblioteca pública de Amsterdam, OBA, tem ali uma filial onde o *Café Belcampo* organiza atividades literárias e culturais; o *Kanarie Club* é um espaço composto por bar, restaurante e local de trabalho em um ambiente flexível com instalações para reuniões; e, parte do complexo, o *Hotel De Hallen* contempla 57 quartos e um restaurante internacional (DE HALLEN) (Fig. 52 a 56).

²⁸ Logo disponível em: <https://www.dehallen-amsterdam.nl>

Fig.51 – De Hallen - zoneamento



Fonte: <http://alara-lukagro.com/de/projekt/de-hallen-amsterdam-schallschutztueren/>

Fig.52 – gastronomia



Fonte: autor, 2019

Fig.53 – biblioteca



Fonte: autor, 2019

Fig.54 – estúdios



Fonte: autor, 2019

Fig.55 – acesso



Fonte: autor, 2019

Fig.56 – galeria



Fonte: autor, 2019

O sucesso de De Hallen junto à sua população, trouxe atenção àquela região da cidade, tornando-a procurada por turistas de todo o mundo e investidores dos mais diversos segmentos inovadores (Fig. 57).

Fig.57 – expansão no entorno do complexo De Hallen



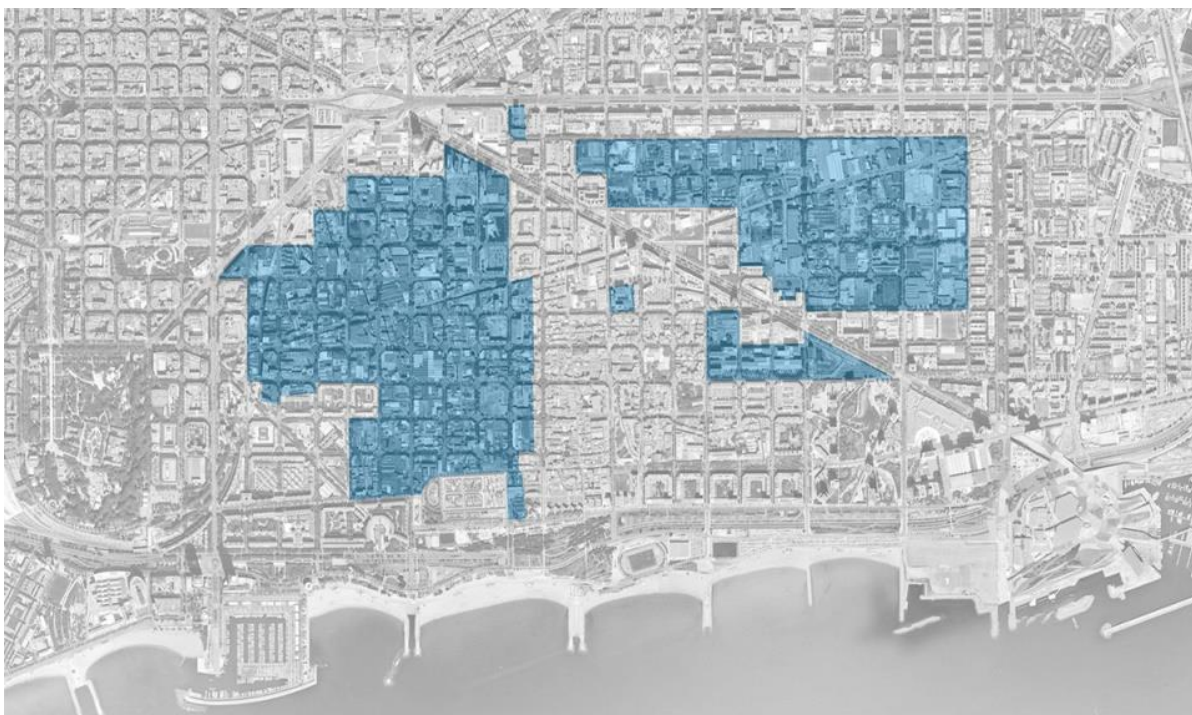
Fonte: https://www.burovanstigt.nl/?attachment_id=2362

4.1.4. 22@Barcelona²⁹



Implantado em uma área de aproximadamente 200 hectares no bairro Poblenou, na cidade catalã (Fig. 58), o projeto para o *cluster* urbano 22@Barcelona foi aprovado no ano 2000, visando a recuperação da vitalidade econômica do local por meio da transformação das áreas industriais improdutivas e obsoletas ali existentes em um espaço de elevada qualidade ambiental e urbana, com a concentração estratégica de atividades intensivas vinculadas ao conhecimento e à inovação (22@BARCELONA).

Fig.58 – localização do 22@Barcelona



Fonte: <https://www.whybarcelonacatalonia.cat>

A área denominada 22A passou a ser 22@, sugerindo inovação. A organização 22@Barcelona, totalmente pública, foi criada para gerir o plano, regulamentando e servindo às novas empresas, centros de educação e pesquisa e empreendimentos imobiliários ali instalados. É um dos projetos mais ambiciosos da Europa com essas características: 180 milhões de euros foram investidos na implantação da

²⁹ Logo disponível em: <https://www.22barcelona.com>

infraestrutura inicial – o Plano Especial de Infraestruturas contemplou novas redes, priorizando a eficiência energética, a gestão dos recursos naturais e a ordenação do subsolo (energia, telecomunicações, água, coleta de lixo) (22@BARCELONA PLAN, 2012).

O plano geral deste grande *cluster* urbano prevê uma grande diversificação de usos, alta densidade construtiva, espaços públicos e áreas verdes integrados (Fig. 59). A área foi separada em quatro zonas de atividades principais: o setor de mídia; o de pesquisas voltadas para a medicina (MedTech); o setor de tecnologia e comunicação (ICT) e o Parque das Placas Voltaicas, destinado à produção de energia renovável para o *cluster* e parte da cidade (22@BARCELONA PLAN, 2012).

Fig.59 – 22@Barcelona - economia e urbanismo



Fonte: <https://www.blog.bearing-consulting.com>

Distribuídas por toda a área estão os usos culturais, residenciais e os setores produtivos para a economia urbana – comércio e serviços. 114 edificações

remanescentes da herança industrial foram preservados através do Plano de Proteção ao Patrimônio Industrial (22@BARCELONA PLAN, 2012).

O plano contempla quando da sua completa implantação:

- Criação de 4.000 novas habitações, 25% destinadas à aluguel social, além da regularização de outras 4.614 moradias informais;
- 4.320.000m² de área construída destinada a atividades produtivas;
- 600.000m² de área verde;
- 10 Universidades;
- Criação de 150.000 novos empregos (22@BARCELONA).

O 22@Barcelona integra diferentes agentes que compõem o sistema de inovação: universidades, centros educacionais, de pesquisa e de cultura, empresas avançadas e outras instituições que facilitam a interação e a transferência de tecnologia entre eles, constituindo, pela proximidade das atividades cotidianas – moradia, comércio e serviços – um rico tecido produtivo, melhorando a competitividade do aglomerado e a qualidade de vida dos que vivem e trabalham no distrito (Fig. 60 e 61).

Fig.60 – 200 hectares de área



Fonte: <https://businessleaders.com.br>

Fig.61 – arquitetura contemporânea



Fonte:
<http://www.popchild.com/2014/12/museu-del-disseny-de-barcelona/>

4.1.5. LxFactory³⁰



Entre tantas outras cidades na Europa e no mundo que também abrigam projetos de "fábricas ressuscitadas", Lisboa hoje enfrenta também os desafios de recuperar e revalorizar áreas e espaços históricos degradados.

Localizada à margem do Rio Tejo, sob um dos extremos da icônica ponte 25 de Abril, a LxFactory teve seu projeto desenvolvido pela empresa MainSide Investments num antigo complexo de edificações construída em meados do século XIX para sediar uma das maiores indústrias da época, a Companhia de Fios e Tecidos de Lisboa, que passou por vários usos até que em 2008, em plena crise econômica na Europa, se transformou num novo polo de criatividade de grande repercussão.

Situada na antiga zona industrial de Lisboa, no bairro de Alcântara (Fig. 62), onde os antigos residentes convivem com edificações abandonadas, antigos armazéns e fábricas que reportam a um período no qual a atividade industrial era a principal matriz econômica em Lisboa, este complexo requalificado acolhe hoje uma vasta oferta comercial e cultural. São mais de 200 espaços para empreendimentos dos mais diversos usos, ligados à criatividade (designers, cientistas, tradutores, programadores, arquitetos, fotógrafos, agentes de marketing, *coworkings*) ou "mais convencionais" (escritórios de advocacia ou contabilidade, além de cafés e restaurantes) e espaços para exposições, eventos e encontros que se complementam e empregam perto de 1.000 pessoas, atraindo mais de um milhão de visitantes por ano (LX FACTORY).

³⁰ Logo disponível em: <https://www.lxfactory.com>

Fig.62 – localização da LxFactory



Fonte: RIBEIRO, 2012, p.2

A estrutura do complexo, definida por uma rua principal e outras secundárias, convida seus usuários a percorrer os seus vários blocos e a visitar cada estabelecimento com estéticas espaciais contemporâneas. Hoje, após poucos anos da sua criação, a LxFactory figura já nas principais rotas turísticas da cidade, tanto por seus serviços e ambientes específicos, como por suas exposições de arte urbana e eventos abertos ao público (Fig. 63 a 66).

Fig.63 – acesso pela Rua 1º de Maio



Fonte: <https://www.keviagem.com>

Fig.64 – via principal



Fonte: autor, 2017

Fig.65 – pavimento tipo



Fonte: autor, 2017

Fig.66 - cobertura



Fonte: <https://www.lxfactory.com>

Aos domingos recebe o mercado LxMarket e duas vezes por ano realiza o "Open Day" com concertos, exposições, instalações, intervenções de arte urbana ou demonstrações gastronómicas, dentro e fora dos seus estabelecimentos (LX FACTORY).

A LxFactory ocupa um espaço destinado à área habitacional, segundo planos urbanísticos da cidade (Plano Alcântara XXI), "(...) todavia, tem um vinco marcadamente cultural tão forte que se torna impossível deslocar esta 'ilha' para outro local da cidade (...)" pois, continua Cláudio André Ribeiro "(...) são as próprias características industriais e a recuperação das mesmas, que tornam este espaço diferente e numa referência também a nível internacional" (RIBEIRO, 2012, p.3).

Como consequência do sucesso dessa experiência, a empresa gestora do espaço, a *MainSide*, apresentou um Projeto Urbanístico (www.mainside.pt, 2012) para a área da LxFactory que contempla, além da preservação do conjunto edificado que a compõe, a redefinição de uma malha com ligações pontuais com o rio Tejo e a previsão de ocupação dos espaços vazios remanescentes da área por edifícios de uso misto e espaços públicos (RIBEIRO, 2012), ampliando sua área de influência para além de seu limite físico.

4.2.6. Fábrica Bhering³¹

BHERING

O projeto Porto Maravilha foi concebido em 2009 para a recuperação da infraestrutura urbana, dos transportes, do meio ambiente e do patrimônio histórico e cultural da região portuária da cidade do Rio de Janeiro. A implantação do projeto teve como objetivo inicial preparar a região, com cerca de quinhentos hectares, para a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, bem como desenvolvê-la economicamente com a criação de novas oportunidades de emprego, moradia, transporte, cultura e lazer para a população local. A atração de grandes empresas através de incentivos fiscais e a prestação de serviços públicos de qualidade estimulariam o crescimento da população e de uma “nova economia” naquela zona (PORTO MARAVILHA) (Fig. 67).

Fig.67 – delimitação do Porto Maravilha



Fonte: <https://www.portomaravilha.com.br>

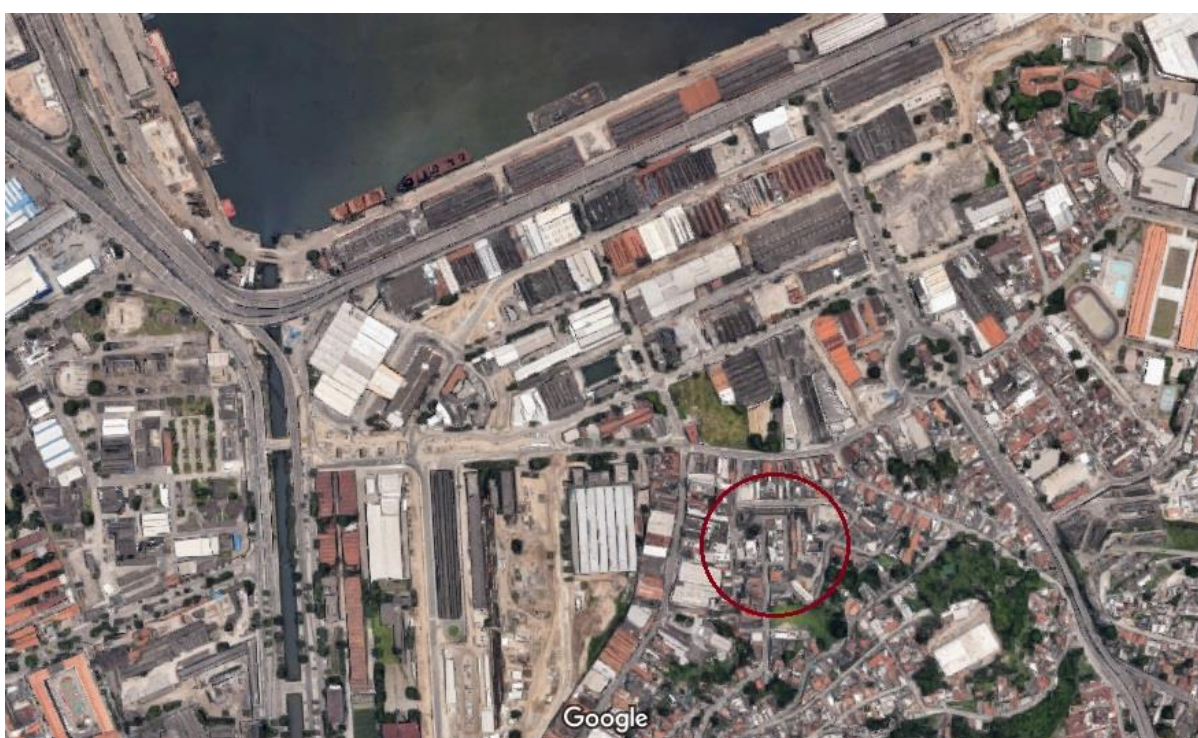
Essa região tem notória vocação cultural, com manifestações artísticas de todo tipo, marco da identidade dos bairros que fazem parte do seu perímetro - Saúde, Gamboa e Santo Cristo. Nessa localidade, já estão implantados o Museu do

³¹ Logo disponível em: <https://www.fabricabhering.com.br>

Amanhã e o Museu de Arte do Rio (MAR) e compreenderá o Centro Cultural da Herança Africana com o restauro e adequação das Docas Dom Pedro II.

Nesse contexto, a Bhering (Fig. 68), primeira fábrica de chocolates do Brasil, fundada em 1880 e lembrada por seu pioneirismo e por marcas como a bala Toffee, bala Boneco, Café Globo e chocolate Refeição, se transformou num dos mais dinâmicos polos artísticos da cidade, reunindo sob suas estruturas de concreto e ferro cerca de 50 profissionais criativos das mais diversas áreas.

Fig.68 – localização da Fábrica Bhering



Fonte: autor. Adaptado de <https://www.google.com.br/maps>

O prédio principal do conjunto, construído em 1930, mantém suas características originais, ainda com parte de seu maquinário preservado e a presença das paredes desgastadas pelos anos de abandono, que são incorporados pelos novos ocupantes. Em 2005, inspirado em casos semelhantes de ocupações contemporâneas de antigas fábricas em diversas cidades do mundo, os proprietários do antigo complexo da Bhering, desativado desde a década de 90, comercializaram seus espaços para artistas oriundos da Zona Sul da cidade, dando um novo uso ao espaço.

Foi a partir de 2010, com o *boom* imobiliário no Rio, que o local chamou atenção atraído novos inquilinos - hoje os mais de 50 formam a Associação Criativa Orestes 28 (ACO 28), numa referência ao endereço da fábrica.

O movimento ganhou ainda mais repercussão no ano de 2011, quando passou a fazer parte do Circuito ArtRio, atraindo um público de três mil pessoas para visitar as lojas e ateliês ali instalados, trazendo a definitiva visibilidade para o local. Aos poucos foram surgindo mais empreendedores interessados em compartilhar áreas maiores. Essa ocupação artística foi ameaçada de despejo, porém, em julho de 2012 foram assinados pela Prefeitura do Rio documentos que garantiam o tombamento e a desapropriação da Fábrica, garantindo a permanência desse espaço como é hoje.

Com um projeto arquitetônico que aproveita bem a luz natural e sua estrutura de ferro importada da Alemanha, a Fábrica Bhering atrai milhares de pessoas que visitam seus mais de 18 mil metros quadrados e é hoje um forte polo da economia criativa do Rio de Janeiro. São seis andares com dezenas de ateliês de pintura, escultura, fotografia, moda, restauração, escritórios de design e arquitetura, estúdios, oficinas de movelaria, grifes, brechós, bistrôs, entre outras expressões criativas numa pluralidade de estilos e ideias além de ser o cenário de diversas produções de moda, cinema, fotografia e tv (FÁBRICA BHERING), além das atividades que extrapolam seus limites (Fig. 69 a 72).

Fig.69 – fachada da antiga fábrica de café e doces



Fonte: <https://www.fabricabhering.com.br>

Fig.70 – Salão Bhering



Fonte:
<https://www.fabricabhering.com.br>

Fig.71- atelier



Fonte: <https://fabricabhering.com.br>

Fig.72 – galeria comercial



Fonte:
<https://www.fabricabhering.com.br>

A observância desses casos (sintetizada no quadro 4) que representam mais do que concentrações de empresas em um mesmo espaço, implantados em localidades, escalas e situações diferentes, permite afirmar que: i) o conceito de “indústria criativa” pode subsidiar a renovação urbana; ii) as “atividades criativas” podem requalificar os espaços urbanos; e iii) diversos tipos de materializações a partir dos princípios da “economia criativa” podem valorizar e agregar às especificidades preexistentes no local onde são inseridos, transformando não só espaços físicos, mas induzindo e resgatando valores de cidadania e autoestima a partir da apropriação desses ambientes.

Quadro 4 – principais características dos *clusters* abordados

CLUSTERS/ CARACTERÍSTICAS	Huddersfield Media Centre	Oxford Road Corridor	De Hallen	22@Barcelona	LxFactory	Fábrica Bhering
Local	Huddersfield, Reino Unido	Manchester, Reino Unido	Amsterdam, Holanda	Barcelona, Espanha	Lisboa, Portugal	Rio de Janeiro, Brasil
Área	0,5 hectares	50 hectares	1,3 hectare	200 hectares	2,5 hectares	0,7 hectare
Ano	1999	2007	2011	2000	2008	2010
Origem	Iniciativa do governo local. A Huddersfield Creative Town Initiative (1997-1999) foi financiada pela União Europeia	Concebido sob o modelo <i>Triple Helix</i> (governo, academia e iniciativa privada)	Formado da associação entre moradores locais e iniciativa privada	Surgimento não-espontâneo. Deu-se por meio de iniciativa pública	Espaço tutelado pela iniciativa privada	Os proprietários do complexo sublocaram seus espaços para artistas autônomos
Histórico industrial	Reconhecida por seu papel na Revolução Industrial, a cidade perdeu sua relevância econômica com a decadência de sua indústria têxtil no século XX	A Grande Manchester, reconhecida por seu papel na Revolução Industrial, é hoje uma aglomeração pós-industrial com forte herança de seu passado têxtil	Situado em antigo setor industrial da cidade, está instalado em um conjunto edificado em 1902 onde funcionava uma garagem / oficina de <i>trams</i>	O bairro Poblenu é conhecido por seu passado industrial e portuário e entrou em degradação após a desativação de grande parte das fábricas que migraram para o interior	Situado no antigo núcleo industrial de Alcântara, em Lisboa, ocupa as instalações da Companhia de Fiação e tecidos Lisboense (1849)	Situada na antiga fábrica Bhering de chocolates e café, cujo prédio principal data de 1930
Relação com a cidade	O programa piloto inicial buscou o uso da criatividade como catalisadora da regeneração urbana	O conceito traz a criação do “sentido de lugar”, organizando o espaço com o envolvimento da comunidade	O bairro teve impulso em sua transformação, tornando-se atraente para a população, turistas e investidores	Tornou-se uma nova centralidade na cidade por sua grande dimensão	Após sua instalação, a área assumiu papel fortemente cultural na cidade	Fazendo parte do circuito ArtRio, traz, como polo artístico, importante visibilidade para o local
Requalificação urbana e arquitetônica	Antigos armazéns, moinhos e edifícios decadentes transformaram-se em novos empreendimentos criativos trazendo benefícios a toda região	Entre os princípios fundamentais do projeto estão a melhoria na infraestrutura e na qualidade ambiental na região	A requalificação das edificações do complexo trouxeram a atenção e a valorização de toda a região	Está inserido em um grande programa de requalificação urbana que prevê moradia, serviços relacionados, e grandes áreas verdes e públicas	A gestora do espaço elaborou Plano Urbanístico que contempla, além da preservação do conjunto, a ocupação da área com edifícios de usos diversos e espaços públicos	Inserida no projeto Porto Maravilha, de 2009, que contemplava a requalificação da região portuária da cidade
Observações	O complexo funciona hoje de forma independente de recursos governamentais	Tem como meta para 2025 tornar-se o centro cosmopolita de Manchester como distrito de inovação de classe mundial	Apesar da preservação do aspecto industrial, a reabilitação dos edifícios ocorre de maneira bem refinada	Sua gerência é pública com consultores do setor privado	A reabilitação dos edifícios ocorre de maneira minimalista, sem grandes intervenções, preservando sua característica industrial	A reabilitação dos edifícios ocorre de maneira minimalista, sem grandes intervenções, preservando sua característica industrial
Números	121 escritórios 21 estúdios	70.000 estudantes 60.000 empregos	Além do complexo requalificado, prevê 400 habitações	400 habitações 10 universidades 150.000 empregos	200 empresas 1.000 empregos	80 lojas e ateliês

Fonte: autor

Nos casos apresentados, em suas diversas escalas, a regeneração urbana deu-se pela compreensão de um contexto (histórico, cultural, patrimonial) existente. Em Recife, assim como em outras cidades brasileiras, a recuperação e requalificação de seu patrimônio histórico industrial (Fig. 76), atrelando valores materiais e imateriais a um patrimônio cultural, ainda está à mercê de um planejamento amplo que promova o resguardo de sua memória, a reintegração ao tecido urbano e a conexão com a cidade, restringindo-se a eventuais arranjos públicos-privados segregados desses valores.

Pode-se citar como exemplos desse conjunto industrial o Cotonifício da Torre (Companhia Fiação e Tecidos de Pernambuco), localizado na zona oeste da cidade, instalado no bairro em 1884 e teve suas atividades encerradas em 1982 (Fig. 73); a Fábrica Tacaruna, localizada na divisa entre Recife e Olinda, inaugurada como sede da Usina Beltrão em 1895 e adquirida em 1924 pela Companhia Manufatora de Tecidos do Norte (que a transformou em indústria têxtil) e foi desativada como tal em 1982 (Fig. 74); e a Fábrica da Macaxeira (Fábrica de Tecidos Bezerra de Melo), localizada na zona norte da cidade, originada em 1895, teve suas atividades encerradas também na década de 1980 e foi transformada, a partir de 2012, na Escola Técnica Estadual Miguel Batista e integrada ao Parque Urbano da Macaxeira (Fig. 75).

Fig.73 – edificações remanescentes do antigo conjunto fabril da Torre



Fonte: <https://www.direitosurbanos.wordpress.com>

Fig.74 – Fábrica Tacaruna



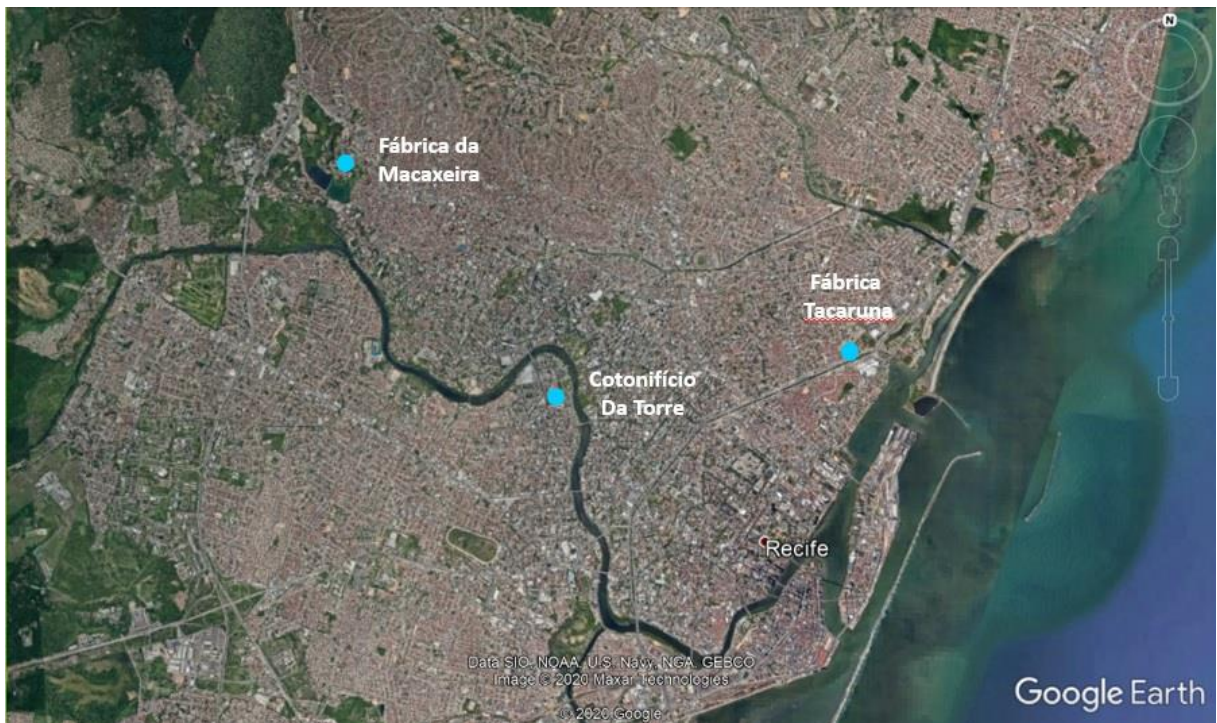
Fonte: Dani Camarotti
<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2019/03/a-fantastica-fabrica-de-promessas-vazias.html>

Fig.75 – Fábrica da Macaxeira



Fonte: Alexandre Gondim | JC Imagem
<https://www.jc.ne10.uol.com.br/canal/cidades/2014/04/04/macaxeira-ganha-parque-12381.php>

Fig.76 – 3 exemplares do patrimônio histórico industrial em Recife



Fonte: autor. Adaptado de Google Earth

5. CONTEXTUALIZANDO A CRIATIVIDADE: O BAIRRO DO RECIFE E O PORTO DIGITAL

O Porto do Recife e, conseqüentemente, o Bairro do Recife, se configurou como “indutor decisivo no crescimento e expansão (...)” (OLIVEIRA *et al.*, 2017, n.p) da cidade do Recife, promovendo alterações urbanas e paisagísticas significativas no seu entorno em nome do desenvolvimento econômico e social.

Se a cidade deve sua existência ao porto, o que dirá o Bairro do Recife? Ali sim, está impregnado o espírito portuário. A vida boêmia e os bordéis, os marinheiros e as prostitutas. Bairro antigo com ruas sinuosas e estreitas que foi alvo de destruição no início do século XX, ainda sob as orientações higienistas (LORETO, 2014, p.8).

Ao longo do tempo, foram inevitáveis as mudanças nas estruturas espaciais dos centros históricos. Essas transformações dos espaços urbanos se refletem de maneira ímpar em cidades e ambientes vinculados a atividades portuárias, que em algum momento de sua história viram seus portos “apresentarem perda parcial ou total de suas funções comerciais tradicionais, que se traduziram (...)” (OLIVEIRA *et al.*, 2017, n.p), entre inúmeros fatores negativos, na degradação de suas áreas e de seu patrimônio edificado.

Entre os novos desafios da “nova economia” está o resgate desse patrimônio físico e cultural no sentido de transformá-los em ambientes cidadãos e de criatividade baseados nas especificidades que as distinguem. Oliveira *et al.* (2017) assinala que “a crescente transformação dos espaços urbanos nos últimos anos tem induzido mudanças nas questões sociais, econômicas, culturais e tecnológicas em metrópoles com atividades portuárias” (n.p).

Para aproveitar ao máximo a criatividade, precisamos considerar seus recursos de modo mais amplo e nos basear na história dos lugares e na evolução de sua cultura. Levar a cultura em consideração nos ajuda a entender de onde um lugar vem, por que ele está como está e como pode criar seu futuro, por meio de seu potencial. Esses recursos culturais são a matéria-prima da cidade e sua base de valores (...). Eles não são apenas “coisas” como edifícios, mas também são motivações, símbolos, atividades e o repertório do conhecimento local, inserido em artesanato, produtos, serviços e pesquisa. Os recursos culturais urbanos incluem o patrimônio histórico, industrial e artístico, bem como paisagens e marcos urbanos. Também incluem tradições locais de vida pública, festivais,

rituais ou histórias, além de (...) comida e cozinha, atividades de lazer, subculturas ou tradições intelectuais (LANDRY, 2011, p.15).

Repleto de cultura e história empreendedoras, é no contínuo processo de transformação territorial no Bairro do Recife (Fig. 77) onde o Porto Digital se instala, iniciando o mais recente capítulo de sua história.

Fig.77 – o Bairro do Recife



Fonte: <https://www.estadosecapitaisdobrasil.com/wp-context/uploads/2014/11/vista-aerea-recife-pernambuco.jpeg>

5.1. O Bairro do Recife

Por ser um porto de mar e possuir história, por receber o mundo de braços abertos, o Bairro do Recife é cosmopolita e democrático. Nunca foi um burgo empafioso e austero repleto de burgueses puritanos, mas um lugar de marinheiros e boemia, de judeus e árabes, de ingleses, gregos e coreanos, de mascates e malabaristas, de prostitutas e magistrados, de despachantes e estivadores, e é também, lugar de artistas, músicos, poetas, fotógrafos, de rock e mangue beat, e de calçadas... (CÓRDULA FILHO, 2000, p.5).

A história do Recife se conta a partir de seu porto: 'O Povo', 'Povoação dos Arrecifes', 'Ribeira Marinha dos Arrecifes', 'Ribeira de Mar dos Arrecifes dos Navios', nas palavras dos memorialistas (PONTUAL, 2001), surgiu na primeira metade do século XVI como porto natural da 'Vila de Olinda', centro do poder e da riqueza

colonial, para escoar da então colônia a produção de açúcar, que passara de gênero de alto luxo a produto acessível às classes de menor poder aquisitivo. Naquele importante local de relações comerciais entre a colônia e o norte da Europa, que possibilitava “o ir e vir de pessoas e coisas por navios, tão próprio do século XVI (...)” (p.419), foram construídos depósitos e algumas singelas residências para a população de “pescadores, canoeiros, jangadeiros, artífices, colonos, soldados, mercadores, negociantes, funcionários e clérigos” (PONTUAL, 2001, p.419) que se ocupavam, direta ou indiretamente, das operações de carga e descarga das embarcações, transformando-se em vila em 1537 (Fig. 78).

Fig.78 – ocupação no extremo sul do istmo



Fonte: <https://docplayer.com.br/76279743-A-negacao-dos-rios-urbanos-numa-metropole-brasileira-1.html>

A colonização portuguesa no Brasil, entre 1537 e 1630, teve a Capitania de Pernambuco como um de seus principais centros de irradiação. O dinamismo dessa economia colonial tinha no porto, nos engenhos de açúcar e no acesso à propriedade da terra seus elementos principais. O Recife, interdependente da “senhorial Olinda”, teve a formação de sua estrutura social relacionada a esses elementos” (PONTUAL, 2001, p.419).

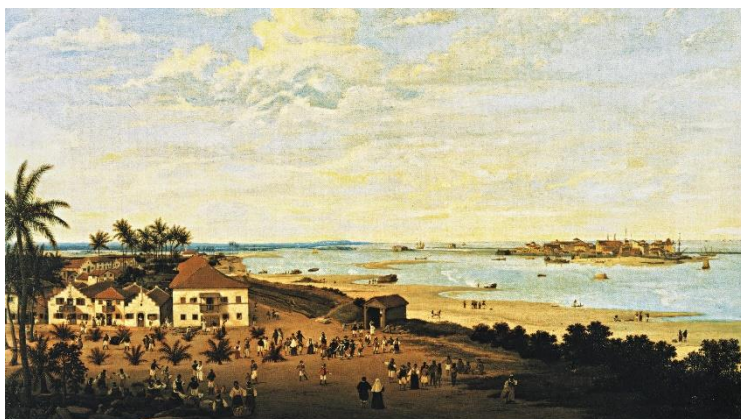
“Apesar das cerca de 1.500 residências e armazéns construídos no extremo sul do istmo de Olinda, somente no século XVII é que se inicia o processo de ocupação da cidade do Recife” (REYNALDO, 2017, p.55). Em 1630, Olinda, capital da Capitania de Pernambuco tinha cerca de 5 mil habitantes. Este ano marca uma ruptura na colonização portuguesa com a chegada dos holandeses a Pernambuco (PONTUAL, 2001; REYNALDO, 2017).

A riqueza da capitania era proclamada nos diversos portos do Velho Mundo, daí despertar as atenções dos Países Baixos que, em guerra com a Espanha, sob cuja coroa estava Portugal e suas colônias, estava a necessitar do açúcar produzido pelo Brasil para as suas refinarias. Com o insucesso da invasão da Bahia (1624), onde permaneceram por um ano, (...) a Holanda, através da Companhia das Índias Ocidentais (...), voltou o seu interesse para Pernambuco (DANTAS, 1992, p.13).

Durante o domínio holandês (1630 – 1654), deu-se “o impulso inicial à cidade através de um plano urbano (...)” (CÓRDULA FILHO, 2000, p.7), apoiado nos traços da organização urbana portuguesa, com ruas bem definidas, praça e igreja. Em 1631, após o grande incêndio de Olinda pelos chefes holandeses, o Recife torna-se o centro político do governo holandês no Brasil, deixando de ser apenas “o” porto para passar a ser de fato a capital de Pernambuco.

Com a chegada do Conde João Maurício de Nassau, em 1637, uma nova urbe foi erguida na ilha de Antônio Vaz (1639), a Mauritsstad ou Cidade Maurícia (Fig. 79).

Fig.79 – Cidade Maurícia e Recife



Fonte: Frans Post – enciclopédia.itaucultural.org.br/obra24419/vista-da-cidade-mauricia-e-recife

Grandes empreendimentos foram realizados como o sistema de canais, o jardim botânico e a expansão do povoamento em direção ao continente, através da construção de pontes. A ponte Maurício de Nassau foi a primeira a ligar o istmo ao continente, o primeiro passo para a evolução urbana e refuncionalização do bairro portuário (PONTUAL, 2001; LEITE, 2006).

A presença holandesa no Recife dotou a cidade de uma infraestrutura urbana destinada a uma metrópole, construída para crescer e progredir. O conde Maurício de Nassau, grande ‘tocador de obras’,

tinha planos importantes para a Cidade Maurícia que estava construindo, e a equipou, no pouco tempo em que esteve à frente do seu destino, com uma dimensão urbana civilizada e moderníssima para a época (CÓRDULA FILHO, 2000, p.9).

Após a retirada holandesa, os núcleos urbanos do Recife voltam à condição de povoados; a área portuária mantém o nome do Recife (vila do Recife até a primeira metade do século XIX, freguesia do Recife até o fim do século XIX, e a partir do século XX, bairro do Recife) (REYNALDO, 2017).

Aproximando-se do início do século XIX, a cidade de Recife era uma vila de menos de vinte mil habitantes com uma grande concentração de pessoas na zona que atualmente corresponde ao atual bairro da Boa Vista. Com a abertura dos portos nacionais, em 1808, a economia brasileira ganha força, especialmente da economia, com impactos diretos sobre a estruturação urbana e social das cidades. Nessa época o porto do Recife assume a terceira posição em importância nacional, como porto algodoeiro, demandando modernizações em suas instalações portuárias, dando origem aos planos de melhoramento do porto e entorno viário (OLIVEIRA *et al.*, 2017, n.p).

A partir desse momento, o bairro passa a ter um processo de evolução contínua. Em 1839 já existiam 74 empresas comerciais na vila do Recife.

A década de 1840 marca o início da história moderna do Recife, quando se registra a primeira intenção de modernizar e expandir a antiga cidade colonial, com a inauguração de um conjunto de infraestruturas urbanas que propiciaram, entre outros avanços, uma articulação viária unindo a vila com os arredores da cidade (REYNALDO, 2017).

A economia de Pernambuco até então centrada na produção açucareira, enfrentava mais uma crise provocada “pela oscilação do preço do açúcar no mercado externo e pela estagnação do setor na própria região, que não se modernizava na velocidade que as demandas econômicas e, principalmente as sociais, demandavam” (p.59). Neste mesmo período, outros arranjos industriais, a exemplo da produção têxtil, foram introduzidos, especialmente na cidade de Recife – em 1907, o Censo indicou Pernambuco como o principal produtor do Nordeste (LINS & QUEIROGA, 2019). Por ali também se instalaram a Fábrica Pilar de massas e biscoitos (em 1895) e o Moinho Recife (1919), introduzindo o processo de industrialização do trigo junto à

estrutura portuária, mas que a partir da década de 1990 teve suas atividades gradualmente transferidas para o Porto de Suape.

A partir de 1909, se inicia o projeto de reforma de parte da trama urbana da área portuária com o objetivo de uni-la às áreas de crescimento urbano da cidade (REYNALDO, 2017).

Dentre os inúmeros projetos de intervenção que propunham mudanças no traçado urbano do bairro do Recife, o Projeto de Melhoramento do Porto e do Bairro do Recife (1909/1926) e o Plano de Saneamento do Recife (1909/1915) foram os mais importantes – as ideias relacionadas ao urbanismo tiveram origem na grande reforma de Paris (1853/1870), comandada pelo engenheiro urbanista Georges-Eugène Haussmann, que pretendeu solucionar questões relacionadas à segurança, moradia, abastecimento d'água, saneamento, entre outras (PINTO, 2015).

Um amplo projeto de modernização estava acontecendo, envolvendo reaparelhamento da infraestrutura urbana nacional, os portos e as estradas, com a reconstrução e a reorganização do bairro do Recife por inteiro. Os melhoramentos do porto implicaram na construção e reforço de diques e a implantação de calçadas e linhas férreas para maior evacuação e circulação de produção de mercadorias. No entanto, o reaparelhamento não se limitou apenas ao porto em si. Implicou numa grande reforma da área portuária, na acessibilidade ao porto com fortes intervenções no bairro do Recife (MOREIRA, 1994 *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2017, n.p).

A reforma do Porto do Recife significou, “tanto uma adequação urbana ao emergente capital industrial e financeiro do setor usineiro pernambucano, quanto uma intervenção voltada à higienização urbana” (LEITE, 2006, p.6). Duas grandes avenidas foram abertas (Marquês de Olinda e Rio Branco) e várias ruas foram alargadas, possibilitando melhoria do acesso ao porto (PINTO, 2015). Esse conjunto de reformas ainda hoje reconhecidas no bairro do Recife, inspiradas nas intervenções realizadas na cidade-luz, foi pontual, atendendo a uma pequena parcela da sociedade. Este momento representou, “mais que uma paisagem arquitetônica, uma cena política de construção de uma paisagem de modernidade; mais do que um trabalho de engenharia sanitária, uma operação de segregação social que limitava o livre fluxo de pessoas” (LEITE, 2006, p.21).

A transformação do antigo bairro em um 'centro moderno' parece ter sido concebida como um projeto de grupos particulares locais, comerciais e financeiros, unidos a grupos estrangeiros, que detinham interesses no local, objetivando-se fortalecer-se à frente às elites sociais que se consolidavam no poder da República (LUBAMBO, 1991, p53).

E o preço foi alto, como aponta Luiz Carlos Pinto (2015): foi demolido praticamente o que restava do bairro holandês, “incluindo a Igreja do Corpo Santo, seu largo e o conjunto de sobrados seus vizinhos” (n.p) (Fig. 80 e 81).

Fig.80 – Bairro do Recife



Fonte: Fundaj – acervo Benício Dias – marcozero.org/bairro-do-recife-100-anos-depois/

Fig.81 – Igreja do Corpo Santo e Praça Rio Branco



Fonte: Fundaj – acervo Benício Dias – marcozero.org/bairro-do-recife-100-anos-depois/

Um total de 480 imóveis foram desapropriados e demolidos, além dos edifícios considerados ruinosos, não passíveis de desapropriação. Nesses casos, as pessoas neles residentes simplesmente tinham que se mudar antes das demolições começarem. Os 480 lotes desapropriados foram convertidos em apenas 127 à venda, com ágio que chegou a 300%.

A dificuldade de reaver seus bens forçou pequenos comerciantes, operários, artesãos, marinheiros, famílias inteiras a evadir-se para outras áreas, criando novos bolsões de miséria que a iniciativa higienista do período julgava ser capaz de debelar. Em seu lugar, o bairro do Recife passou a abrigar bancos, empresas de importação e exportação, associações comerciais, firmas de crédito. Não é por acaso que o primeiro imóvel erigido depois da onda de demolições tenha sido o London and Brazilian Bank, em 1912 (Fig. 82). O conjunto de imóveis anteriores – em parte resquício da antiga aldeia construída pelos holandeses – se recolheu à vaga do esquecimento (PINTO, 2015, n.p).

Fig.82 – London and Brazilian Bank, atual Caixa Cultural



Fonte: Fundaj – acervo Benício Dias – marcozero.org/bairro-do-recife-100-anos-depois/

Neste recorte de “modernização” “aparece a expansão do capital internacional a introduzir novos métodos e processos de produção, consumo, trocas e acumulação econômica, repercutindo, por consequência, na organização da sociedade” (MENDONÇA, 2011, p.175-176).

A inserção na cidade de trens, bondes e energia elétrica por empresas inglesas, viabiliza, conforme afirma Luís Carvalheira de Mendonça (2011), a conexão de Recife com outras cidades e seu consequente desenvolvimento socioeconômico, afirmando-a como ‘empório comercial’:

Se, até então, os espaços de convivência resumiam-se aos ambientes familiares e festas religiosas, com essas mudanças, a população passa a se deslocar pelos bondes que vão desempenhar papel fundamental na atmosfera da modernidade (MENDONÇA, 2011, p.200).

Nesta época, os três bairros densamente urbanizados da cidade – Santo Antônio, São José e Recife – tiveram, segundo Mendonça (2011), funções e distinções específicas: o bairro de Santo Antônio estava destinado ao varejo mais sofisticado,

com suas perfumarias, joalharias e confeitarias, além de funções administrativas e culturais; o bairro de São José receberia o comércio mais simples e barato; e no bairro do Recife, “os principais estabelecimentos comerciais (importador e exportador), serviços públicos básicos, os bancos e finanças”, além de “grandes depósitos, alfândegas e trapiches, fundições, oficinas de máquinas, (...) estaleiros de construção naval, o Arsenal da Marinha, Correios, Associações Comerciais, a Junta de Corretores, a Bolsa Comercial e a Companhia Pernambucana de Navegação” (MOURA, 1992 *apud* SILVA, 2008, p.31).

Esse conjunto de obras que remodelaram a “área de fundação da cidade”, como afirma Amélia Reynaldo (2017), “se prolongaram até o final da década de 1920, inauguraram um novo período na história urbana da cidade e criaram rasgos importantes em sua configuração física” (p.92).

O porto do Recife, “implantado antes de existir legislações ambientais, se caracteriza por uma relação porto - cidade, onde os impactos decorrentes de sua instalação começaram a ocorrer ao longo dos séculos desde a sua origem no século XIV” (OLIVEIRA *et al.*, 2017, n.p), manteve o seu papel estratégico na rede portuária brasileira, e “consolidou o bairro do Recife como centro regional de negócios e porta de acesso ao intercâmbio comercial internacional” (REYNALDO, 2017, p.95).

Entre 1930 e 1950, a cidade passou por um importante período de transformação pela decomposição do complexo rural açucareiro (PONTUAL, 2001), forçando proprietários e trabalhadores a trocar de atividades e mudar-se para o Recife modificando sua paisagem por padrões e estilos tipicamente urbanos (PINTO, 2015); ao mesmo tempo em que emergiam novas forças sociais e políticas recompondo o tecido social da cidade, fruto, principalmente, do crescimento populacional descontrolado. Se desde o final da década de 1920, o proletariado urbano com seus mocambos disseminados pela cidade já tinha notoriedade cultural, agora, “ao lado de usineiros, dos fornecedores de cana, dos coronéis do interior, dos empresários industriais, da classe média urbana (...)” (p.427), ganha também notoriedade política, determinando “uma certa configuração espacial do Recife: residências, comércio, porto e indústrias (...)” (PONTUAL, 2015, p.247).

O apogeu do bairro se deu entre as décadas de 1950 e 1970. “Embora os fatos econômicos indicassem obstáculos de difícil e complexa superação, os fatos políticos conjugados a propagação dos ideários nacionalista e comunista (...)”, a partir do desmonte do Estado Novo, “(...) forneceu o fundamento ao projeto de industrialização (...) como contraposição à miséria e ao atraso regional” (PONTUAL, 2001, p.430-431). Esse período foi marcado pela construção e instalação de edifícios-sedes de empresas privadas, bancos, seguradoras, agências de importação e exportação e de órgãos públicos.

Entre momentos de harmonia e distanciamento, a cidade passou a condicionar sua lógica de gestão urbana a criação de projetos, ações, leis e planos, que no caso do Bairro do Recife (agora com “B” maiúsculo) tiveram como objetivo sua reativação (OLIVEIRA, *et al.*, 2017).

A partir da década de 70, as preocupações pela preservação da história e o cuidado com o patrimônio tomou lugar nas discussões e produções dos planejadores do setor público do Estado de Pernambuco. Em 1976, a Fundação para o Desenvolvimento da Região Metropolitana do Recife – FIDEM elaborou o Plano de Preservação dos Sítios Históricos da Região Metropolitana do Recife (PPSH/RMR) e, em seguida, a Prefeitura do Recife sancionou a Lei 13.957 de setembro de 1979, instituindo sítios históricos de preservação e de suas zonas de proteção. Foi, então, reconhecido o Bairro do Recife como área de preservação e de suas zonas de preservação histórica. Em seguida, a prefeitura solicitou ao IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional o tombamento de parte do Bairro do Recife: desde a área alvo da reforma de 1910 e adjacências até a área do antigo Arsenal da Marinha, onde ainda existe a Torre Malakoff e a Praça Artur Oscar (LORETO, 2014, p.14).

A implementação dessas legislações coincide com o momento de “mudança no padrão de localização das atividades de comércio e serviços (...) que até então se situavam nas áreas centrais da cidade (...)” (p.623), distribuídos agora por vários bairros, criando novas centralidades, processo vivenciado em diversas metrópoles brasileiras (LACERDA, 2007).

Ao mesmo tempo, com a implantação do Complexo Portuário de Suape³² e seu conceito de integração porto-indústria, o Porto do Recife testemunhou o encerramento e a transferência de diversas de suas atividades pelo oferecimento de

³² A data marco do Porto de Suape é 7 de novembro de 1978, dia em que foi sancionada a Lei Estadual nº 7.763 que criou a empresa SUAPE (Suape Complexo Industrial Portuário) vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco que administra o porto (PORTO DE SUAPE).

melhor infraestrutura, maior área para estocagem e diminuição dos custos operacionais advindos do processo global de containerização. O Porto do Recife foi progressivamente perdendo sua importância econômica com a perda da capacidade de captação de receita financeira pela dificuldade na logística de operação no transporte de cargas e o consequente fechamento de escritórios e armazéns ligados à atividade portuária.

O que se viu no bairro foi a emergência de um capital construído ocioso, caracterizado pela baixa rentabilidade, significando uma desvalorização da riqueza construída, pública e privada. Pior ainda, o Bairro permaneceu como uma lembrança na memória dos cidadãos da metrópole recifense e não mais se materializava enquanto espaço de convivência. A perda de seu valor cultural foi acompanhada da perda do valor social (LACERDA & ZANCHETTI, 2000 *apud* LACERDA, 2007, p.624).

O legado social é sempre oneroso, representado pelo baixo nível de educação profissional e capacitação da população resiliente, trazendo como consequência o problema da requalificação do capital humano. Porém, com o deslocamento da maior parte de suas atividades para Suape, houve a potencialização e valorização da área do entorno do Porto do Recife como ponto de turismo, cultura, comércio e de prestação de serviços. A área ganhou uma nova centralidade em relação à cidade e a emergência de novas oportunidades econômicas.

Compartilhar a história da cidade é fundamental para gerar a empatia e a identificação dos habitantes com seu território. Do mesmo modo, a criação de novos espaços de convivência é muito bem-vinda, bem como respaldar inovações sociais mais capilares, com enorme potencial multiplicador, que podem ser estimuladas e fomentadas (REIS, 2012, l.184).

No final da década de 1980, a Prefeitura Municipal, através do Departamento de Preservação dos Sítios Históricos (DPSH), vinculado à Empresa de Urbanização do Recife (URB), instalou o Escritório Técnico do Bairro do Recife para elaboração e acompanhamento de planos e ações que focavam na habitação social, na requalificação do espaço público e na recuperação de imóveis. “Na época, cinco imóveis tiveram decretos de utilidade para fins de desapropriação publicados, e projetos foram elaborados para residência social para a atual Comunidade do Pilar, creche e restaurante popular voltado para os estivadores do porto”, afirma Amélia Reynaldo, então coordenadora do Plano de Reabilitação do Bairro do Recife

(2020³³). É neste período, como afirma Reynaldo, “que se tem início o debate da atividade TIC como impulsionadora da reabilitação do bairro, pós retração da atividade portuária” (2020³⁴)³⁵.

Elaborada na primeira gestão de Jarbas Vasconcelos como Prefeito do Recife, a proposta para recuperação do Bairro foi desenvolvida com o objetivo de restaurar a memória dos seus habitantes e integrá-los nos processos de elaboração dos projetos, mas perdeu força na gestão seguinte (Joaquim Francisco, 1988/1990) e pouco se conseguiu no sentido de reverter o processo de degradação física das edificações e dos espaços públicos (LACERDA, 2007; REYNALDO, 2020³⁶). A ausência de “vida urbana” estigmatizou o Bairro do Recife como zona marginal e perigosa pela opinião pública.

Eleito governador em 1990, Joaquim Francisco leva o desenvolvimento do Bairro para a esfera estadual através da Agência de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco (AD/DIPER). Em 1992 foi proposto na segunda gestão de Jarbas Vasconcelos como prefeito, o Plano de Revitalização do Bairro do Recife, com que previa a conservação do patrimônio histórico e cultural e a transformação da economia do Bairro, com a participação da iniciativa privada, voltada para os eixos de comércio, entretenimento, lazer, cultura e turismo (PREFEITURA DO RECIFE³⁷; REYNALDO, 2020³⁸).

O Plano tinha três objetivos principais, tendo como base operacional o conjunto dos Setores de Intervenção: 1. Transformar o Bairro do Recife em um “centro metropolitano regional”, tornando-o um polo de serviços modernos, cultura e lazer; 2. Tornar o Bairro um “espaço de

³³ Em entrevistas realizadas em fevereiro de 2020.

³⁴ *Op. Cit.*

³⁵ “Embora o escritório de Reabilitação do Bairro do Recife tenha sido criado em 1987, na Rua Vigário Tenório, já a partir de agosto de 1986 se discutia a reabilitação do bairro portuário, no âmbito do Projeto de Revitalização do Centro do Recife, iniciado em 1986 na primeira gestão de Jarbas Vasconcelos como prefeito. O engenheiro Cláudio Marinho foi então nomeado Diretor de Planejamento Urbano da URB, órgão responsável pelo planejamento urbano da cidade. No segundo semestre de 1986 Marinho realiza a negociação com Belarmino Alcoforado, pioneiro no desenvolvimento de novas tecnologias em Pernambuco (Elógica e Corisco) para instalação de suas empresas no prédio da *Great Western*, atual Paço do Frevo.

Com a eleição de Miguel Arraes para o Governo de Pernambuco, em 1986, Marinho passa a ocupar a superintendência da FIDEM, a partir de março de 1987. No segundo semestre de 1987 o Plano de Reabilitação do Bairro do Recife passa a ser gerido por Byron Sarinho, vinculado diretamente ao prefeito.

Neste sentido, se pode afirmar, que Cláudio Marinho foi visionário ao trazer a ideia da atividade TIC como impulsionadora da reabilitação da cidade existente” (REYNALDO, 2020).

³⁶ *Op. Cit.*

³⁷ Textos históricos, bibliográficos e técnicos sobre o Bairro do Recife – Processo de Revitalização do Bairro. Disponível em: <http://www.recife.pe.gov.br/cidade/projetos/bairrodorecife/tx6.htm>

³⁸ *Op. Cit.*

lazer e diversão”, objetivando criar um “espaço que promova a concentração de pessoas nas áreas públicas criando um espetáculo urbano”; 3. Tornar o Bairro um “centro de atração turística nacional e internacional”. Esses objetivos sinalizavam o quanto a proposta estava voltada ao incremento da economia local, pretendendo tornar o Bairro do Recife um complexo *mix* de consumo e entretenimento (LEITE, 2006, p.23).

Neste Plano foram definidos três polos de ação: o Polo Alfândega, o Polo Pilar e o Polo Bom Jesus, centro de animação cultural, de lazer e de comércio. As ações na área do entorno da Rua do Bom Jesus – antiga Rua dos Judeus, uma das mais significativas do núcleo original da cidade – foram viabilizadas não só pelas reformas em sua estrutura física, mas também pela agenda de eventos que, a partir de então, a Prefeitura mantém durante todo o ano: shows, exposições e feiras temáticas nas ruas, festivais, circuitos de teatro, dança, música, além das programações em datas comemorativas (carnaval, Semana Santa, São João, natal, entre outras) (LEITE, 2006) (Fig. 83 a 88).

Fig.83 – carnaval na Rua da Moeda



Fonte: Allan Torres / Arquivo PCR
<http://www2.recife.pe.gov.br/noticias/26/01/2017/rua-da-moeda-ira-sediar-primeiro-ensaio-coletivo-de-maracatus-para-carnaval-2017>

Fig.84- Paixão de Cristo no Marco Zero



Fonte: Bobby Fabisack / JC Imagem
<https://www.jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2016/03/25/paixao-de-cristo-do-recife>

Fig.85 – São João nas ruas do Bairro



Fonte:
<https://www.visit.recife.br/es/eventos/saojoao/saojoao-topo-mobile/>

Fig.86 – Cantata de natal na Caixa Cultural



Fonte: José Domingos Ramos
<https://www.g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2018/12/01/cantata-natalina-na-caixa-cultural-recife.ghtml>

Fig.87 – o Boi Voador



Fonte: Rafael Furtado / Folha de Pernambuco
<https://www.folhape.com.br/fohape/nwsPrint.aspx?mld=98509>

Fig.88 – Festival da Seresta



Fonte: Clemilson Campos / JC Imagem
<http://www.jconline.ne.10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2013/05/08.php>

Enquanto a primeira grande intervenção urbana no Bairro do Recife, promovida pelo Governo Federal, teve como justificativa formal melhorar a infraestrutura portuária, as intervenções a partir da década de 90 tomaram o espaço com outra lógica: ocupar os antigos edifícios com entretenimento e lazer para um público diferente daquele mundo portuário. Uma transformação do espaço para dar novo uso. Processos de “revitalização” estavam em moda na época com o objetivo de dinamizar os espaços levando ao lugar “atividades contemporâneas” a um público diferente daquele habituado a lá estar (LORETO, 2014, p.8).

Norma Lacerda (2007) entende que até 1997, o Bairro do Recife passou por “uma experiência exitosa de reabilitação ao proporcionar o ressurgimento de um lugar de encontro (...)” (p.662), mas que desde então, foi “seduzido” pelo conceito de *city*

*marketing*³⁹ com intervenções de cunho especulativo que descaracterizam o patrimônio histórico e arquitetônico⁴⁰.

David Harvey explica que pela natureza expansionista e imperialista do capitalismo, as diversas áreas que fazem parte da vida social ficam ao alcance do nexos do dinheiro e da lógica da circulação de capital. Para o capital promover maior renda melhor será com o consumo. E para incentivar o consumo, criam-se projetos de transformação urbana nesses espaços históricos com dimensões, formas e propostas inovadoras (HARVEY, 2012 *apud* LORETO, 2014, p.9).

Marta Kummer Loreto aponta para uma “eliminação da localidade Bairro do Recife como região portuária (...)” com “a expulsão vagarosa dos personagens locais que, de certa forma, atrapalham a nova feição que os promotores da mudança querem implantar no lugar” (p.31). “A mercantilização dos espaços pelo capital que desconhece vínculos, é livre, volátil e fugaz (...)”, e, continua, “(...) nessa espetacularização não cabe a representação de elementos da vida portuária” (LORETO, 2014, p.9). Os limites e fronteiras que tradicionalmente são físicos, possuem agora uma maior complexidade e se apresentam também de modo abstrato, continuando a expor suas rupturas sócio espaciais.

Da mesma forma, Pinto (2015), afirma que estas intervenções acabaram resultando num “urbanismo de exceção”, que fizeram “uma cidade segregada, a partir de um aparato legal desenvolvido sem olhar a cidade como um todo e que beneficia somente uma parte da sociedade” (PINTO, 2015, n.p).

No primeiro governo estadual de Jarbas Vasconcelos, que teve início em 1999, Cláudio Marinho assume a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente (Sectma). Nesse âmbito a FIDEM (inicialmente metropolitana, depois estadual e, na sequência transformada na Agência Condepe/FIDEM), responsável pela política territorial e regional do Estado de Pernambuco, trouxe de volta as discussões sobre

³⁹ O *city marketing* constitui-se na orientação de uma política urbana que visa a promoção da cidade através da construção de uma nova imagem com forte impacto social, buscando o atendimento das necessidades de um público consumidor, seja ele empresário, turista ou o próprio cidadão, seja através da disponibilização de serviços ou incentivos fiscais. A cidade passa a ser vista como um espetáculo (PINTO, 2001, p.21).

⁴⁰ “O centro antigo do Recife reúne, ainda, os marcos singulares construídos ao longo de sua história urbana. Seus distintos fragmentos retratam o efeito dos diversos instrumentos urbanísticos utilizados sem que a sistemática da projeção urbana se consolidasse como prática urbanística local. Até mesmo o Plano de Reabilitação do Bairro do Recife não alcançou o estágio de uma sistemática política de tratamento do centro. A intervenção no velho bairro portuário segue ao sabor das oscilações das políticas pontuais e como uma ação isolada, limitada a um âmbito restrito da cidade” (REYNALDO, 2017, p.413).

o Bairro do Recife – avaliado como uma reabilitação incompleta – como aponta sua então presidente Amélia Reynaldo⁴¹.

A decisão da localização de um Parque Tecnológico no bairro portuário foi tomada na presidência da FIDEM, ainda em 1999, como afirma Reynaldo, com a presença de Cláudio Marinho e Sílvio Meira, representante do Centro de Informática da UFPE⁴².

É nesse contínuo processo de transformação territorial que, no emblemático ano 2000, a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente (Sectma) do Governo do Estado de Pernambuco, lança o Projeto Porto Digital Empreendimentos e Ambiente Tecnológico, dando cores ao mais recente capítulo da história do Bairro do Recife.

A vocação criativa empreendedora do povo recifense foi sempre percebida nos vários eventos históricos que marcaram a economia e as experiências da cidade, envolvendo, principalmente, o campo da cultura e, mais recentemente, da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), que inspiraram novos projetos na passagem para o século XXI (LINS & QUEIROGA, 2019). A capital pernambucana tem fortalecido o seu ecossistema criativo, vislumbrando um novo empreendedorismo desenvolvido a partir de cadeias produtivas dinâmicas e de alta tecnologia, num ambiente de criatividade e inovação (SILVA, 2014).

Mesmo antes da instalação do Porto Digital, Recife já possuía um ecossistema propício para a formação intelectual e profissional de pessoa ligadas à área de Tecnologia da Informação (TI) e um mercado em expansão, com a presença de empresas (como IBM) e bancos com seus setores de TI bem desenvolvidos, empresas locais pioneiras como Elógica e Corisco, além de importantes centros acadêmicos como o Centro de Tecnologia da Informação (criado na UFPE em 1974), o Núcleo de Informática e Computação da Universidade Católica de

⁴¹ Em entrevistas realizadas em fevereiro de 2020.

⁴² *Op. Cit.*

Sílvio Meira tinha a proposta de um Parque Tecnológico próximo à UFPE, no bairro da Várzea, e Cláudio Marinho traz a discussão para o âmbito do Bairro do Recife e sua reabilitação incompleta. Dessa forma foi tomada a decisão da não construções de novas edificações, mas de reabilitação/restauração de imóveis existentes. Assim a Secretaria de Administração se transfere para a Av. Marquês de Olinda, a Sectma na vizinhança da Torre Malakoff e a Secretaria de Planejamento e Orçamento Participativo na Rua da Moeda (REYNALDO, 2020).

Pernambuco (anos 1980) e, o mais recente, Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (C.E.S.A.R, de 1996) (LINS & QUEIROGA, 2019).

Silva (2014) afirma que “já existiam movimentos na cidade do Recife que almejavam desenvolver projetos que culminassem na diversificação da economia local e no desenvolvimento econômico-social do estado de Pernambuco”, sobretudo, continua, “(...) amparados em plataformas de conhecimento na geração de produtos e serviços com valor agregado” (p.75).

No início de 2000, o projeto Pacto 21 foi uma estratégia desenvolvida pelo Governo do Estado de Pernambuco, para fomentar as iniciativas entre os relacionamentos universidade – empresa e para criar um meio ambiente inovador. Como não estava adquirindo a visibilidade desejada (ZOUAIN, 2003), as lideranças locais do Recife, conhecendo a vocação da cidade, se reuniram e elaboraram uma proposta ao governo para desenvolver a economia de TIC na região. Denominado, no início, Teleporto do Desenvolvimento na Nova Economia, previa a instalação de um edifício, o Information Technology Business Center (ITBC) (MARQUES; LEITE, 2008, p.03 *apud* SILVA, 2014, p.75).

Ao mesmo tempo em que essa cultura criativa foi observada como princípio de atividades integrantes da economia e indústria criativa, que contribuíram para o surgimento de ambientes propícios a ações empreendedoras (LINS & QUEIROGA, 2019), fatores políticos também se mostraram importantes para o estabelecimento definitivo dessa “nova economia” na cidade:

À época, empresários, integrantes da academia e do setor público se reuniram em torno do objetivo de planejar uma política pública para fomentar um ambiente de negócios capaz de estimular o desenvolvimento econômico do Estado por meio da inovação tecnológica. Dois atores foram fundamentais nesse processo: o então secretário Cláudio Marinho e o professor do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (Cin/UFPE) Sílvio Meira (DOMINGUES *et al*, 2018, p.56).

Apesar das críticas bem fundamentadas⁴³, o fato é que hoje no Bairro do Recife, aliada a uma imagem de tradição, tem-se uma percepção de inovação, criatividade e

⁴³ Pinto (2015), por exemplo, afirma que as obras de requalificação e reurbanização no Bairro do Recife “(...) não alterou o cenário do trabalho e da moradia precarizada do local”, e que “(...) o festejado ecossistema da informação e serviços que usa o Bairro como plataforma física (...) é uma ideia fora do lugar, ou decolada do lugar” (n.p).

Leite (2006) afirma que “se as atuais fronteiras – materiais ou simbólicas – demarcam hoje o Bairro do Recife, evocando as portas e trincheiras holandesas do século XVII, os seus atuais prédios ecléticos e seu traçado

contemporaneidade através de suas instituições culturais com visibilidade nacional e internacional (como o Cais do Sertão, o Paço do Frevo, a Torre Malakoff, a Caixa Cultural, o Centro Cultural dos Correios, entre outros), o Marco Zero da cidade, instituições de ensino, festivais, atividades culturais, teatros, galerias de arte e associações que facilmente são reconhecidas neste ponto da cidade, realçadas com a presença do Porto Digital. Independentemente desse fato constar em suas políticas no momento de sua implantação, cronologicamente se percebe o surgimento de equipamentos ligados à cultura após o início das atividades do Porto Digital naquele território (Quadro 5).

Quadro 5 – equipamentos culturais no Bairro do Recife

EQUIPAMENTOS CULTURAIS NO BAIRRO DO RECIFE PORTO DIGITAL (ano de instalação)	
Museu do Forte Militar do Brum	1987
Espaço Cultural da Torre Malakoff	2000
PORTO DIGITAL	2000
Galeria Ranulpho	2001
Arte Plural Galeria	2005
Centro Cultural dos Correios	2009
Caixa Cultural	2012
Centro de Artesanato de Pernambuco	2012
Marco Pernambucano da Moda	2014
Paço do Frevo	2014
Cais do Sertão	2014/2018
Museu de Artes Afro-Brasil	2015
Embaixada de Bonecos Gigantes de Olinda	2015

Fonte: autor

O peso da produção cultural recifense e o destaque internacional que os diversos empreendimentos criativos vêm obtendo, a exemplo do Porto Digital, realçam a ascensão dos diversos segmentos criativos que se movem no sentido de criar um ambiente inovador na cidade (SILVA, 2014, p.64).

5.2. O Porto Digital⁴⁴



O Porto Digital foi fundado a partir de uma articulação de caráter empreendedor de vários atores para o setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), como uma política pública que integrasse seus três agentes formadores (empresários, academia e setor público), conhecido como modelo *Triple Helix*, que até atuavam de maneira independente e isolada, com inspiração no conceito do Vale do Silício, iniciado na Universidade de Stanford, com suporte do governo da Califórnia (PIRES, 2019). A meta era a consolidação do Bairro do Recife, como um polo de informática não só da cidade do Recife, mas de todo o estado, garantindo os recursos, por meio de instrumentos institucionais e legais, para o funcionamento dos novos empreendimentos que se vinculariam ao arranjo (SILVA, 2014).

Para Corrêa (2007), uma representação simbólica com capacidade aglutinadora foi introduzida no discurso pelos elementos de identificação cultural vinculados ao Projeto do Porto Digital, que significou este espaço como possibilidade de recuperação da posição perdida – e com ele a autoestima – do estado de Pernambuco, que já foi expoente da região e perdeu, paulatinamente, a posição para outros estados do Nordeste do País (SILVA, 2014, p.32).

Dois objetivos eram bem claros: impedir a saída de capital humano qualificado - jovens profissionais oriundos da área de TI, formados nos prestigiados cursos de graduação e pós-graduação de deixarem a cidade atraídos pelos grandes centros fomentadores de tecnologia de ponta; e revitalizar o tecido urbano vazio e degradado do Centro Histórico do Recife, marco da formação da cidade (PORTO DIGITAL).

Neste último sentido, Silva aponta que “a ocupação de um bairro com edificações históricas numa região portuária onde se encontra o Marco Zero da Cidade do Recife, se constitui como fator importante para a materialidade do discurso que se pretende articular” (SILVA, 2014, p.32).

⁴⁴ Logo disponível em: <https://www.portodigital.org>

Não se pode deixar de realçar que o centro histórico de qualquer cidade se configura como um espaço público por excelência, não no sentido do que se convencionou denominar espaços públicos (praças, ruas, avenidas, calçadas...), mas no sentido de que é portador de um grande significado público, convertendo-se em um espaço diferenciado ao se tornar referência local, significado ainda maior quando se trata de uma referência nacional, como é o caso de parte significativa do Bairro do Recife (LACERDA, 2007, p.639).

Lacerda (2007) alerta, ainda, para a importância das políticas públicas urbanas no sentido de fortalecer a centralidade histórica, com todo o seu significado e simbolismo, caso contrário haverá o risco de se resgatar apenas a centralidade urbana:

A globalização pode acarretar uma rápida perda de identidade das cidades, a não ser que cada uma consiga formar processos específicos de geração de valor que não possam ser reprodutíveis nas demais, de tal forma que se diferenciem umas das outras mediante uma estratégia que signifique o reforço das especificidades locais para que a diferença possa tornar-se valor. A cidade que consegue criar e fazer reconhecer as suas especificidades, passa a agregar valor à sua produção local, independentemente do setor econômico no qual esteja atuando (LACERDA, 2007, p.632).

Inicialmente designado como *cluster* tecnológico, a atuação do Porto Digital tem como principais eixos o desenvolvimento *softwares* e serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e Economia Criativa (EC), com ênfase nos segmentos de games, multimídia, audiovisual, música, fotografia, design, e mais recentemente, tecnologias urbanas (PORTO DIGITAL) (Fig. 89).

Fig.89 - eixos de atuação do Porto Digital



Fonte: <https://www.portodigital.org>

O Porto Digital foi criado como uma Organização Social (OS) – opção definida “com a intenção de evitar possíveis interferências político-partidárias de uma determinada gestão de governo (p.67) – que segue parâmetros estabelecidos pela Lei Estadual nº 11.743/2000 e do Decreto nº 23.046/2001 que qualifica as OS, bem como dos Decretos Estaduais nº 33.817/2009, nº 36.744/2011 e nº 40.568/2014, “que requalificam a titulação da Organização Social Associação Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD)⁴⁵” (DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2011; 2014 *apud* SILVA, 2014, p.66), permitindo que sejam firmados contratos de gestão com o Estado, de modo que, além de ser a governança do Parque Tecnológico, o NGPD é também articulador de diversas instituições voltadas para o desenvolvimento econômico e social da região (PORTO DIGITAL).

⁴⁵ “Participam do Conselho do NGPD, 19 membros representantes do setor produtivo (32%), da academia e pesquisa (16%), do poder público (36%) e outras representações da sociedade (16%). Entre as entidades representadas estão: Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente (Sectma) do governo do Estado, o Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (CIn/UFPE), a Prefeitura da Cidade do Recife (PCR), Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (C.E.S.A.R), Sociedade para Promoção da Excelência do *Software* Brasileiro (SOFTEX) e a Associação das Empresas Brasileiras de *Software* e Serviços de Informática (ASSESPRO)” (PORTO DIGITAL; SILVA, 2014, p.77).

A relação do Porto Digital, através do NGPD, com o Governo é mediada “por secretarias estaduais, que poderão firmar compromissos por meio de contratos de gestão, sob a regulação da Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado de Pernambuco (ARPE) (...)” e também “da Controladoria Geral do Estado (CGE) (SILVA, 2014, p.66), conforme lei que prevê:

Art. 2º - O estado de Pernambuco, observado o contido na legislação aplicável, poderá celebrar contrato de gestão com a Associação Núcleo de Gestão do Porto Digital, com a interveniência das Secretarias de Planejamento e Gestão e da Fazenda, disciplinando as condições e os recursos financeiros a serem disponibilizados pelo Estado de Pernambuco para o desempenho das atividades públicas não-exclusivas a seu cargo, repassadas àquela entidade.

Art. 3º - A execução do(s) contrato(s) de gestão eventualmente celebrado(s) com a Associação Núcleo de Gestão do Porto Digital será acompanhada e fiscalizada pela Secretaria interessada, pelo órgão interessado, ao qual estiver vinculada ação objeto de contrato de gestão, pela Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado de Pernambuco – ARPE e pela Secretaria da Controladoria Geral do Estado. (DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014, p.7 *apud* SILVA, 2014, p.66).

Em paralelo a estas regulamentações, foi criado em 2001 o Comitê Municipal de Apoio ao Porto Digital, por meio da Lei Municipal nº 16.731, sendo regulamentada em 2004 pelo Decreto nº 20.508, visando “assegurar a disponibilidade de recursos públicos e os procedimentos para que esses recursos possam ser investidos nos empreendimentos atrelados ao Porto Digital, sob o acompanhamento do Comitê Municipal de Apoio ao Porto Digital” (SILVA, 2014, p.71).

Os investimentos destinados ao fomento do Parque forma dessa forma traduzida: “o Governo do Estado investiu R\$ 33 milhões na infraestrutura, outros R\$ 10 milhões vieram de empresas privadas e R\$ 1 milhão de empresas especificamente da área de telecomunicações” (DOMINGUES *et al.*, 2018, p.56-57).

Em 2006, a Lei Municipal nº 17.244 substitui a Lei Municipal nº 16.731/2001, criando o Programa de Incentivo ao Porto Digital, mediante a concessão de benefícios fiscais condicionados (SILVA, 2014):

Art. 1º - Esta Lei institui o Programa de Incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais aos estabelecimentos, contribuintes do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza – ISSQN, situados no âmbito de Revitalização da Zona Especial do

Patrimônio Histórico Cultural 09 – Sítio Histórico do Bairro do Recife, e que exerçam atividades de:

I – Serviços de informática e congêneres, inclusive serviços educacionais e certificação de produtos em informática, que constam no item 1 da lista de serviços do art. 102 da Lei 15.563/91, com redação dada pela Lei 16.933, de 30 de dezembro de 2003;

II – Atividades ligadas às funções de relacionamento remoto com clientes mediante centrais nas quais há o processamento de chamadas em alto volume, ativas ou receptivas.

Parágrafo Único – Os benefícios fiscais desta Lei restringem-se às atividades relacionadas neste artigo (LEI n° 17.244/2006, p.1 *apud* SILVA, 2014, p.71-72).

Os benefícios então oferecidos ao Porto Digital e empresas vinculadas foram:

- Conexões relevantes;
- Menor custo de transação (interação entre as empresas incubadas e os setores público e privado);
- Presença em um “ambiente de inovação”;
- Redução do ISS (de 5 para 2%);
- Redução ou isenção do IPTU para as empresas instaladas na região do polo tecnológico;
- Redução do Imposto de Renda;
- Acesso facilitado a toda estrutura do Porto Digital – laboratórios, sala de reuniões, salas de eventos, etc. – e aos projetos e programas oferecidos;
- Benefícios intangíveis como direito de uso da marca, participação em atividades e eventos, além de aproximação com outras empresas (PORTO DIGITAL; PREFEITURA DO RECIFE, 2017).

Em 2011, a Lei Municipal n° 17.762 reviu o Programa de Incentivo ao Porto Digital, ampliando seu território de abrangência para o Quadrilátero de Santo Amaro – compreendido pela Rua da Aurora, Avenida Norte, Avenida Cruz Cabugá e Avenida Mário Melo, estendendo também para a região de Santo Amaro os benefícios fiscais para os setores de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e Economia Criativa (EC) (SILVA, 2014), beneficiando as seguintes atividades:

I – Serviços de informática e congêneres, inclusive serviços educacionais e certificação de produtos de informática, que constam no item 1 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal n° 15.563/91;

II – Atividades ligadas às funções de relacionamento remoto com clientes mediante centrais nas quais há o processamento de chamadas em alto volume, ativas ou receptivas;
III – produção e pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão, enquadradas nos itens 12, 13, 13.01 e 13.02 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal nº 15.563/91;
IV – Distribuição cinematográfica, de vídeo, de programas de televisão e de música, enquadradas no item 10.10 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal nº 15.563/91;
V – Exibição cinematográfica, de musicais, espetáculos, shows, concertos e óperas enquadradas no item 12.02 e 12.16 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal nº 15.563/91;
VI – Gravação de som e edição de música, enquadradas no item 13.01 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal nº 15.563/91;
VII – fotográficas e similares enquadradas no item 13.02 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal nº 15.563/91;
VIII – design relativo aos incisos III, IV, V, VI e VII deste artigo enquadradas nos itens 23 e 32 da lista de serviços do art. 102 da Lei Municipal nº 15.563/91
(LEI 17.762/2011, p.1 *apud* SILVA, 2014, p.72-73).

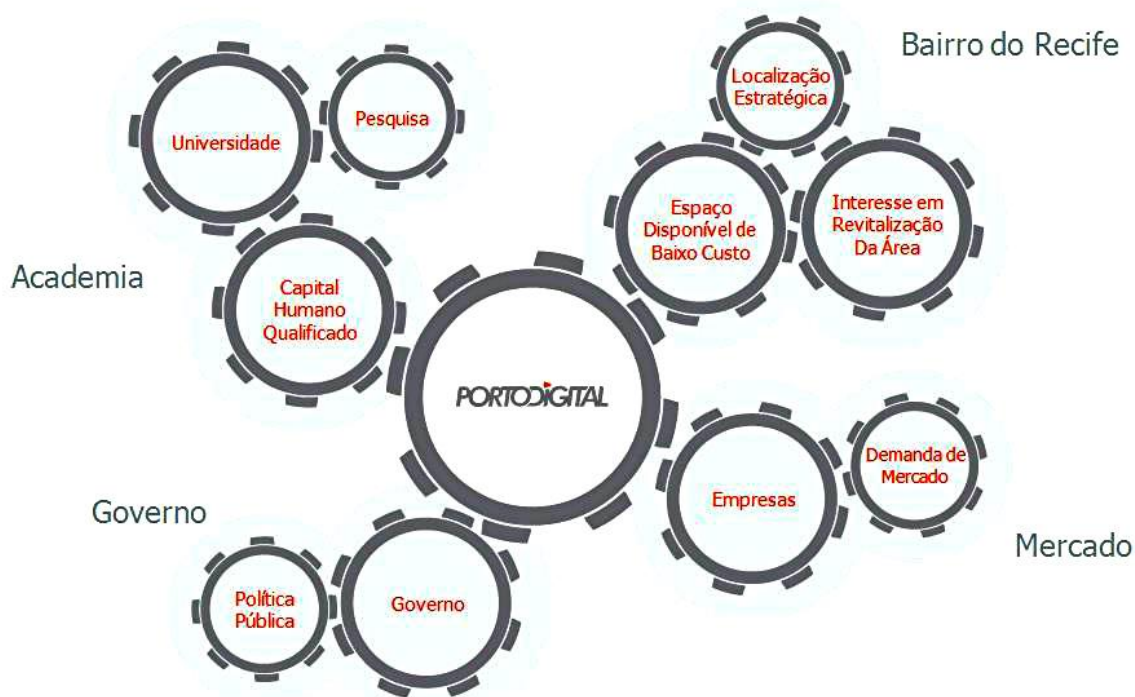
Nos termos propostos, o Porto Digital funciona como facilitador entre os mais diferentes tipos de investidores e as empresas, simplificando a relação entre eles e a esfera público e privado, desenvolvendo projetos de capacitação para jovens profissionais das empresas localizadas no território do parque. Nos editais⁴⁶ já publicados até 2018 para a chamada de Negócios Inovadores do Porto Digital, as empresas ou *startups* selecionadas não só tiveram a disposição o auxílio financeiro, como também desfrutaram do acesso a uma rede colaborativa que começa desde treinamentos e mentorias até os benefícios fiscais vinculados.

O governo, dessa forma, através de suas Políticas Públicas específicas, age como coordenador do desenvolvimento do potencial de setores e regiões, mediando as relações entre os agentes acadêmicos e corporativos.

Silva (2014) aponta que, efetivamente, o Porto Digital constitui uma rede colaborativa complexa, onde os agentes empreendedores se articulam com outros interagentes, no seu ambiente, buscando produzir bens simbólicos (Fig. 90).

⁴⁶ Os editais de investimentos do setor público são decorrentes de verbas determinadas pela Lei de Diretrizes Orçamentária a cada ano (BRASIL, 2001), que distribui fundos para, entre outros, projetos e empreendimentos de desenvolvimento tecnológico, caso do Porto Digital. Uma fração desses aportes (via governo federal e estadual) é utilizada para a abertura dos editais de investimentos nos processos de incubação e aceleração de empresas e *startups* no Porto Digital (SILVA, 2014).

Fig.90 - estrutura de governança do Porto Digital



Fonte: <https://www.portodigital.org>

Os pilares desse novo *cluster* (...) estão pautados em temáticas que visam o desenvolvimento regional, quais sejam: a educação (por meio da capacitação e da qualificação prática); a experimentação (tecnologia de ponta para o suporte à criação por meio dos estúdios e laboratórios); o empreendedorismo (incubação, formação empreendedora e o *funding*); e, por fim, a exibição (galeria de artes digitais, com foco permanente na produção local (CICTEC, 2013; PORTO DIGITAL, 2013 *apud* SILVA, 2014, p.15).

As empresas que pretendem embarcar no Porto Digital precisam, além de desenvolver atividades na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) ou de Economia Criativa (EC), estabelecer-se no território do Parque e manter, pelo menos, 50% dos seus funcionários dentro do seu perímetro (PORTO DIGITAL).

John Bessant e Joe Tidd (2009) enumeram, entre as várias formas de captação financeira advindas a partir das mudanças sociais e econômicas ocorridas na sociedade contemporânea para a criação de empreendimentos, algumas fontes de financiamento que são encontradas na formação e desenvolvimento das empresas ligadas ao Porto Digital. São elas: Investidores Informais (*Business Angels*), *Crowdfunding* e Programas Governamentais.

No entendimento de Bessant e Tidd (2009), os Investidores Informais, além de investir em empresas ou *startups* em troca de participação nas mesmas, estão também interessados em uma participação administrativa na qual possam contribuir com suas experiências e introduzir o empreendimento numa rede de contatos especializados.

O *Crowdfunding* por sua vez, é um modelo de financiamento virtual que possibilita, via internet, a captação de investimentos de um grande público, onde a relação entre financiador e financiado é previamente acordada. Esse modelo se mostra mais adequado para os novos empreendimentos ainda na etapa das ideias e/ou prototipagem.

Em dezenove anos de atuação, o Porto Digital já atraiu para o Bairro do Recife diversas empresas de outras regiões do Brasil, multinacionais e centros de tecnologia (PORTO DIGITAL); atravessou o Rio Capibaribe incorporando o 'Quadrilátero de Santo Amaro' e, mais recentemente, expandiu seu território para o bairro de Santo Antônio (Fig. 91 e 92) e opera ainda uma unidade avançada em Caruaru, o Armazém da Criatividade, no Polo da Moda daquela cidade (Fig. 93).

Fig.91 – abrangência territorial do Porto Digital



Fonte: <https://www.portodigital.org>

Fig.92- Porto Digital em Santo Amaro



Fonte: <https://www.portodigital.org>

Fig.93 – Armazém da Criatividade



Fonte: <https://www.portodigital.org>

Segundo dados da página eletrônica do Porto Digital, hoje são abrigadas 300 empresas e instituições dos setores de Tecnologia da Informação (TIC), Economia Criativa (EC) e Tecnologias para Cidades⁴⁷; dois laboratórios, três incubadoras de empresas, duas aceleradoras de negócios (Quadro 6), seis institutos de pesquisa de desenvolvimento e organizações de serviços associados concentrados principalmente no Bairro do Recife (Mapa 1); que somadas geraram um faturamento anual de R\$ 1,7 bilhão de reais⁴⁸. Além disso, conta com mais de 9.000 profissionais qualificados, sendo 800 deles empreendedores (PORTO DIGITAL)⁴⁹.

Quadro 6 - suporte estrutural para as empresas instaladas no Porto Digital

Laboratórios	Incubadoras	Aceleradoras
<ul style="list-style-type: none">• L.O.U.Co• Portomídia	<ul style="list-style-type: none">• Cais do Porto• Portomídia• Armazém da Criatividade de Caruaru	<ul style="list-style-type: none">• Jump Brasil• Cesar Labs

Fonte: <https://www.portodigital.org>

⁴⁷ Informações disponíveis no site do Porto Digital (www.portodigital.org) em 2018. Estes números podem variar em função das empresas que são abertas e das que encerram suas atividades.

⁴⁸ Esse faturamento, segundo o conselheiro do Núcleo Gestor do Porto Digital (NGPD) Alcides Niceas Pires, é mensurado periodicamente através de pesquisas entre as empresas vinculadas ao arranjo e confirmado pela arrecadação de ISS advindo dessas (Anexo 1).






⁴⁹ Em termos comparativos, Carvalho (2019) registra que, seguindo o mesmo modelo de implantação e atividades, o Parque Tecnológico de São José dos Campos, em São Paulo, possui cerca de 300 empresas e instituições de ensino e pesquisa, com aproximadamente seis mil profissionais envolvidos e com faturamento em torno de R\$ 1,9 bilhão.

Mapa 1 – empresas vinculadas ao Porto Digital





Fonte: autor, 2019.

LEGENDA DAS EDIFICAÇÕES

	PORTO DIGITAL
	SERVIÇOS ASSOCIADOS E ORGANIZAÇÕES DE FOMENTO
	INSTITUIÇÕES DE ENSINO
	EMPRESAS DE TIC
	EMPRESAS DE ECONOMIA CRIATIVA



01. R. 2 DE JUNHO, 80

	PROVIDER
	TALK SERVIÇOS

02. AV. CRUZ CABUGÁ, 424

	PROVIDER SISTEMAS
---	-------------------

03. R. CAPITÃO LIMA, 420

	CRIATIVIDADE DAS FORMAS
	LOTEBOX

04. R. CAPITÃO LIMA, 305

	HSBS
---	------

05. R. CAPITÃO LIMA, 277

	EVERGOO
---	---------



06. R. DA FUNDIÇÃO, 242

	SIM IDEIAS PARA CASAR
---	-----------------------


07. R. DA AURORA, 987

	AURORA FILMES
---	---------------

08. R. DO BRUM, 527

	ÊNFASE
	J4G





09. CAIS DO APOLO, 515

	PLURI EDUCACIONAL
---	-------------------

10. R. DO BRUM, 463

	OI
---	----


11. R. BIONE, 220

	CESAR - CENTRO DE ESTUDOS E SISTEMAS DO RECIFE
	CESAR.PAR
	EX MACHINA
	MEANTIME









12. R. DO BRUM, 85

	LAMPARINA ATELIÉ FOTOGRÁFICO
---	------------------------------

13. R. DO BRUM, 77

	CESAR.EDU
---	-----------

14. R. DO APOLO, 235

	ACELERADORA, COWORKING,
	INCUBADORA E LO.U.CO
	ALFAIA
	APTOHOME
	DESIGN CULTURE
	DOT7
	EUESCREVO
	GORLAMI GAMES

	KLOPR
	MOBIX
	SALVUS


15. R. DO APOLO, 222

	IBM
---	-----














16. R. DO APOLO, 213

	FCA
	UBER

















17. R. DO APOLO, 202

	SW QUALITY
---	------------


18. R. DO APOLO, 181

	BEMIND TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO
	BIG HUT
	CENTRAL IT
	CONSUMIX
	EMPRESARIAL E SEDE DO PORTO DIGITAL
	INTELIGÊNCIA XXI
	IRENA
	MANIFESTO GAME STUDIO
	PROA
	RAID HUT
	SCHNECK
	URJA SOCIAL
	WOLOLO







19. R. DO APOLO, 161

	ADATTI SERVIÇOS EMPRESARIAIS
	AGORA EU CONSIGO
	APPLY INFORMÁTICA
	ATHIVA TECNOLOGIA
	BVR
	FEITUS CONSULTORIA
	FUN.DER.GROUND
	IDEALI
	MABUYA SOFTWARE
	MAUÁ
	MEIRA.COM
	MYRÁ TECNOLOGIA EM GESTÃO AMBIENTAL
	NETBULL
	NEVOA NETWORKS
	TELESAPIENS
	TEXUNA
	UB SISTEMAS










20. R. DO APOLO, 107





	ESTÚDIO APOLLO 17
---	-------------------

21. R. DO APOLO, 81

	DOCUMENT SOLUTIONS
	LOGITRAVEL
	PITANG
	PRODEAF
	USTO.RE
	VANGUARD

22. AV. BARBOSA LIMA, 149






	ADE – ACADEMIA PARA O DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO BRASIL
	B2 TELECOMUNICAÇÃO
	BASE
	CAPITAL LOGIN
	CMTECH
	DINAMUS
	EDUCANDUS
	ELCOMA COMPUTADORES
	GCF SISTEMAS

	ID
	IDEALIZZA
	IDM – INTERNATIONAL DIGITAL MANUFACTURING
	KURIER
	LLTECH
	MK
	PMI-PE
	PORTAIS BRASIL
	PROCESSUS
	SOFTESTE
	SWTRAINING
	TEE NOW



23. AV. RIO BRANCO, 126

	CGINET
---	--------




24. AV. RIO BRANCO, 243

	CUMBUCA
	ICORP
	PUGA STUDIOS
	TWM TECNOLOGIA
	YELLOW IDIOMAS

25. CAIS DO APOLO, 222

	ACCENTURE
	ARIES
	AVANADE
	AVANTIA TECNOLOGIA
	CATENNA
	CITTATI
	CONSORCIO MULTICONECTADO
	NÚCELO DO PORTO DIGITAL
	QUALCOMM
	STEFANINI IT

26. AV. MARQUÊS DE OLINDA, 296

	BIDWEB
	QOS TECNOLOGIA
	SAFETEC








27. AV. MARQUÊS DE OLINDA, 290

	FUSION DMS
	SEG SAT


28. R. ÁLVARES CABRAL, 200

	HOODID
---	--------






29. AV. MARQUÊS DE OLINDA, 200

	ALG DIGITAL
	BLACKZEBRA STUDIO
	FOR SOLUTIONS
	INHALT
	LANLINK SERVIÇOS
	STRIVE
	TECNOSET

30. AV. MARQUÊS DE OLINDA, 182













	PROCENGE
---	----------

31. CAIS DA ALFÂNDEGA, 35

	BERLIM DIGITAL
	FAB LAB RECIFE
	INOVANDO CONSULTORIA E TREINAMENTO
	INSTITUTO TRIBIO
	SUCESU – ASSOCIAÇÃO DE USUÁRIOS DE INFORMÁTICA E TELECOMUNICAÇÕES DE PERNAMBUCO

32. R. MADRE DE DEUS, 27

	CERS CURSOS ONLINE
---	--------------------

 FITEC	 MOBICLUB	 JE INFORMÁTICA
 INDRA	 PONTO MOBI	 MUSICLE
 ISOLE	 SÍNTESE	 NAVIGO
 TEMPEST	 SOFTEX – CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TECNOLOGIA DE SOFTWARE DO RECIFE	 ONBIM
33. R. MARIZ E BARROS, 104		 RECIFE TECNOLOGIA
 BITS STUDIO GRÁFICO		 REDUX
34. R. DA ASSEMBLÉIA, 67	45. R. DOMINGOS JOSÉ MARTINS, 75	 SALADORAMA
 PIXELATO COMUNICAÇÃO	 ABINEE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDUSTRIA ELÉTRICA E ELETRÔNICA	 SIMPLIFIQUEGP
35. R. DONA MARIA CÉSAR, 170	 APPSWARE	 SPACY
 AEC – INSTITUTO AÇÃO EMPRESARIAL PELA CIDADANIA	 AESSPRO – ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DE INFORMÁTICA	52. R. DO APOLO, 142
 BELWEB	 BANKSYSTEM	 JYNX
 COMBOGÓ COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIA	 BISAWEB	53. R. DO APOLO, 182
 ESPE SOLUÇÕES	 BR VOICE	 FLEXPAG
 IDEIAIMAGEM	 CITIS TECNOLOGIA S.A	54. R. DA GUIA, 217
 KERNEL	 CORPTECH	 MUCHMORE
 MIDIA EDUCATIVAS	 ELÓGICA	
 MOBIC – AGÊNCIA DIGITAL	 ESFERA 5 TECNOLOGIA	
 RH3 SOFTWARE	 FACILIT TECNOLOGIA	
 SURFIX	 FORTES INFORMÁTICA	
 TRUE CHANGE	 GLOBALSAFEMED	
 TRUENET	 IN FORMA SOFTWARE	
 VITASOFT	 INFOX TECNOLOGIA LTDA	
36. R. VIGÁRIO TENÓRIO, 105	 KPIT TECHNOLOGIES	
 INTELIVIX	 MOBILICIDADE	
 MANAGE 4 SYSTEMS	 MV INFORMÁTICA	
37. R. VIGÁRIO TENÓRIO, 194	 PORTO MARINHO	
 CARTELLO	 PRESERVTEC	
 CASULLO	 QUANLINFO TECNOLOGIA	
 CTRL	 SEPROPE – SINDICATO DAS EMPRESAS DE PROCESSAMENTO DE DADOS DO ESTADO DE PERNAMBUCO	
 JGT-EDUCAÇÃO CORPORATIVA, CONSULTORIA E AUDITORIA	 SMART NETWORKS	
 PROATIVA SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA	 SW CONSULTORIA VIAGENS	
 SMARTIC	 TAURUSTECH	
38. AV. MARQUÊS DE OLINDA, 143	 TRIBUTOS INFORMÁTICA	
 REDE BANORTE	 VC2	
39. R. VIGÁRIO TENÓRIO, 33	 VECTRA	
 DSTI SOLUÇÕES	46. R. DO BOM JESUS, 163	
40. AV. MARQUÊS DE OLINDA, 126	 ONCASE	
 ATMA COMUNICAÇÃO	47. R. DO BOM JESUS, 183	
 DATAVOLUS	 EÓLICA TECNOLOGIA	
 ENSINAR TECNOLOGIA EDUCACIONAL	48. R. DO BOM JESUS, 180	
 FASTI	 3 BRASIS	
 INFORMATIVA	 BRASCON GROUP	
 IVIA	 FINDUP	
 LANLINK	 GAPUIA CULTURA, TURISMO & COMUNICAÇÃO	
 NEUROTECH	 HOSTBITS	
 QUALITI SOFTWARE PROCESS	 MANGUE3 SOFTWARE HOUSE	
 TELUS	 MARY	
 VINE IT SOLUTIONS	 NAVALPORT	
41. AV. RIO BRANCO, 23	 PASSARELLI AUTOMAÇÃO	
 IN LOCO MEDIA	 T-ACCESS	
42. AV. ALFREDO LISBOA, 18	 TEAR NEGÓCIOS	
 WERBUND	 WEBSYS DESENVOLVIMENTO	
43. R. DA GUIA, 135	 WINGS	
 JOY STREET	49. R. DO BOM JESUS, 215	
44. R. DA GUIA, 142	 CEMAPE - CENTRO DE MEDIAÇÃO E ARBITRAGEM DE PERNAMBUCO	
 GRUPO TELEPORT	50. R. DO BOM JESUS, 220	
 IRIS AGÊNCIA INTERATIVA	 DATAMÉTRICA	
	 PICK IMAGEM	
	51. R. DO BOM JESUS, 35	
	 IKEWAI	

Obs. Informações coletadas no site do Porto Digital (www.portodigital.org) em dezembro de 2018. Estas indicações podem variar em função das empresas que são abertas e das que encerram suas atividades.

Os Laboratórios de Inovação ou *Makerspaces* são os espaços abertos à comunidade em geral, onde são desenvolvidos projetos reais com suporte de especialistas na utilização das ferramentas disponibilizadas (MAKERSPACE, 2013). O Portomídia (Fig. 94), que marca, a partir de 2011, a incorporação dos setores da Economia Criativa no Porto Digital, tem como pilares, segundo Silva (2014): “a educação (por meio da capacitação e da qualificação prática); a experimentação (tecnologia de ponta para o suporte à criação por meio dos estúdios e laboratórios); o empreendedorismo (incubação, formação empreendedora e o *funding*) (...)”; e por fim, “a exibição (galeria de artes digitais (...))” (CITEC, 2013; PORTO DIGITAL, 2013 *apud* SILVA, 2014, p.50). O Laboratório de Objetos Urbanos Conectados (L.O.U.Co) (Fig. 95), inaugurado em 2016, é um espaço de estímulo à experimentação e à inovação através de uma nova geração de empreendimentos com foco em internet das coisas, prototipagem e desenvolvimento de soluções para a cidade a partir de problemas reais da sociedade.

Fig.94 – Portomídia



Fonte: <http://www.portomidia.org>

Fig.95 – L.O.U.Co



Fonte: Hildo Pereira da Silva Neto, 2018

As Incubadoras auxiliam e contribuem com pequenas e microempresas com potencial de crescimento, com o intuito de organiza-las, monitorá-las por um período e direcioná-las no mercado, de forma a diminuir riscos e aumentar a lucratividade desses empreendimentos. Dessa forma, as incubadoras de empresas geridas por órgãos governamentais, associações empresariais, fundações e universidades são canalizadoras do processo de desenvolvimento e consolidação de empreendimentos no mercado competitivo (ANPROTEC).

As Aceleradoras trabalham com empresas anteriormente incubadas ou já estabelecidas, com seus projetos definidos, em busca de inserção ou reposição no mercado, transformando-as em empreendimentos escaláveis. A ideia do processo de aceleração de determinado projeto ou empresa é a potencialização e consolidação de seu crescimento através da sua capacitação e conexão com o mercado.

O arranjo institucional Porto Digital é ainda composto por pequenas e médias empresas, além de relevantes empreendimentos multinacionais com seus Centros de Inovação.

Além de sujeitos empreendedores, um sistema empreendedor de sucesso precisa de grande participação de uma diversidade de atores e instituições empreendedoras, incluindo pequenas e grandes empresas, universidades e fontes de financiamento e de apoio (BESSANT; TIDD, 2009, p.297).

Entre as entidades ali instaladas, destacam-se:

- O Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (C.E.S.A.R), um dos pilares do Porto Digital, emprega engenharia avançada em TIC e tem foco na inovação de uma forma integral, envolvendo a cadeia de análises de cenários e tendências, entendimento de problemas, concepção de soluções, prototipagem, desenvolvimento, produção, distribuição e aperfeiçoamento dos sistemas. Com esse objetivo, o C.E.S.A.R opera em três grandes frentes: o CESAR Edu, braço educacional da instituição (conta com mais de 20 cursos de extensão e dois cursos de mestrado profissional); o CESAR Lab, o programa de aceleradora do instituto; e o Playtown, processo de design colaborativo que procura levar ao Bairro do Recife intervenções urbanas lúdicas que tornam o ambiente mais interativo (C.E.S.A.R).

- O ITBC (*Information Technology Business Center*), que desde 2011 abriga quase 50 empresas e mais de 650 funcionários no Bairro do Recife, além da sede do Softex Recife – associação civil sem fins lucrativos, reconhecida como OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), nos níveis federal, estadual e municipal. Centro de excelência em TIC, a Softex é uma organização que promove a integração, a capacitação e a certificação empresarial em Pernambuco (SILVA,

2014; SOFTEX RECIFE). O ITBC também abriga a sede da ASSESPRO PE/PB (Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação), uma das mais antigas representações empresariais do Brasil no setor (SILVA, 2014);

- A Jump Brasil, aceleradora do próprio Porto Digital, com foco nas áreas de cine-vídeo-animação, multimídia, música, fotografia, design e jogos digitais, além de outras atividades nos setores de TI e Economia Criativa (JUMP BRASIL);

- A Accenture, uma das maiores empresas de consultoria de tecnologia, que ali aportou em 2010 e tem hoje cerca de 1.600 empregados. Focados em TI, seus centros estão interligados por meio de uma rede global. Em Recife se concentram no desenvolvimento e implementação de aplicativos, além da administração e manutenção de sistemas (ACCENTURE);

- A Fiat Chrysler Automobiles (FCA), que instalou na área do Porto Digital seu primeiro centro de desenvolvimento de *softwares* da América Latina – com aplicação direta na fábrica Jeep no município de Goiana, PE - e deverá empregar 500 pessoas nos próximos anos;

- A In Loco Media, empresa de tecnologia disruptiva que fornece inteligência de dados de localização, com escritórios em Recife, São Paulo e Rio de Janeiro e mais de 180 funcionários. A In Loco, *case* de sucesso originário do Porto Digital, tem como clientes empresas como Mondelez (dona das marcas Oreo, Trident e Lacta), Hyundai, Claro, Grupo Abril, Lojas Americanas, Fiat, LG, O Boticário, Nissan, Oi, OLX, Santander, Zap Imóveis, entre outros e conta com mais de 60 milhões de usuários ativos, 4.1 bilhões de visualizações mensais e mais de 500 *apps* exibindo anúncios globalizados (IN LOCO).

Além da In Loco, Alcides Pires (2019) aponta o sucesso de outras empresas ali geradas: a Tempest que, com escritório em Londres, foi contratada para fornecer serviços e consultoria de tecnologia em segurança para as olimpíadas de Tóquio (2020); a Neurotech, líder no Brasil em serviços de informação de crédito; a Pitang, fábrica de *softwares* com filiais em São Paulo e Rio de Janeiro; a Informa Softwares, líder no Brasil na gestão de ativos físicos da indústria de energia; a MV Informática,

líder na América Latina em *softwares* de gestão hospitalar; entre outros (PIRES, 2019, Apêndice).

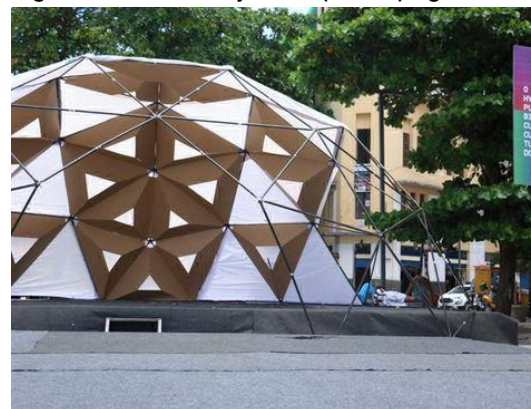
O Porto Digital abrange também projetos de inclusão social, como: o Programa para o Futuro, de formação de técnicos; o Projeto IN'FORMAR, de capacitação; o Projeto Livronauta, de incentivo à leitura; o Projeto Na Rede, de capacitação em *webdesign*; e o Alfabetização Digital; além de oferecer à comunidade uma biblioteca com mais de 10.000 livros e oficinas de incentivo à leitura. Entre essas atividades, o Porto Digital promove anualmente, acrescentando ao calendário de eventos do Bairro do Recife, o festival de experiências digitais criativas REC'n'Play que oferece palestras, painéis, workshops e rodadas de negócios com especialistas em tecnologia, criatividade e inovação (Fig. 96 a 99).

Fig.96 – REC'n'Play 2018 palestras



Fonte: Kleyvson Santos / Folha de Pernambuco
<http://www.folhape.com.br/economia/empreeendedorismo/2018/11/06/NWS,86682,10,129>

Fig.97 – REC'n'Play 2018 prototipagem



Fonte: Júlia Caminha / Folha de Pernambuco
<http://www.folhape.com.br/economia/tecnologia/2018/11/07/NWS,86808,10,476>

Fig.98 – REC'n'Play 2018 mobiliário



Fonte:
<http://www.onerdcafe.com.br/site/recnplay-o-evento-que-precisamos>

Fig.99 – REC'n'Play 2019



Fonte: autor, 2019.

O Porto Digital também atua com ações que combinam o empreendedorismo e o desenvolvimento tecnológico com a preservação e revitalização do patrimônio histórico e cultural existentes no Bairro do Recife. Dessa forma, recuperou e requalificou mais de 80 mil metros quadrados de edifícios históricos, de forma a adequar a infraestrutura do bairro para receber novas empresas, mantendo as características arquitetônicas existentes na região (Fig. 100 e 101). Segundo a página eletrônica do Porto Digital, até 2018, o bairro recebeu mais de R\$ 80 milhões de investimentos do setor público e privado para renovação urbana ao longo da última década, tendo, dessa forma, reconhecimento por sua atuação na revitalização do patrimônio histórico: em 2017 recebeu o Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade, em sua 30ª edição, concedido pelo IPHAN “por valorizar e promover iniciativas que demonstrem o compromisso e a responsabilidade compartilhada para com a preservação e/ou salvaguarda do Patrimônio Cultural brasileiro” (PORTO DIGITAL).

Fig.100 – Edf. Vasco Rodrigues, sede do NGPD (antigo BANDEPE)



Fonte: <https://www.portodigital.org>

Fig.101 – Apolo 235 - requalificação do patrimônio



Fonte: <https://www.portodigital.org>

A iniciativa coordenada (*Triple Helix*) que tornou o Porto Digital referência nacional, propiciou a transformação do Bairro do Recife num dos principais ambientes de inovação do país com iniciativas que contribuem para o crescimento das indústrias criativas na Cidade e no Estado. A implantação inicial do Porto Digital numa localidade repleta de cultura, simbolismo e significativo patrimônio edificado, se constitui como fator de extrema importância para a materialidade do discurso inicial de sua formação (CORRÊA, 2007, *apud* SILVA, 2014).

Nas cidades criativas, o resgate e a valorização do patrimônio histórico edificado é parte indissociável do conceito comum que aborda o tema: esses espaços sobreviveram ao tempo e se regeneraram por sua história, tradição e memória afetiva. Eles não são apenas um aglomerado de edificações, tornaram-se também símbolos geradores de orgulho a sua população (LANDRY, 2013).

Porém, se por um lado as políticas públicas que criaram o Porto Digital e sua efetiva implantação no Bairro do Recife trouxe a este, junto ao peso de sua produção cultural, um destaque internacional, pela “ascensão dos diversos segmentos criativos que se movem no sentido de criar um ambiente inovador na cidade” (SILVA, 2014, p.64); por outro, a ausência da promoção de outros setores socioeconômicos e de funções ligadas à promoção do espaço público, reflete um desequilíbrio urbano à essa área da cidade (Mapa 2).

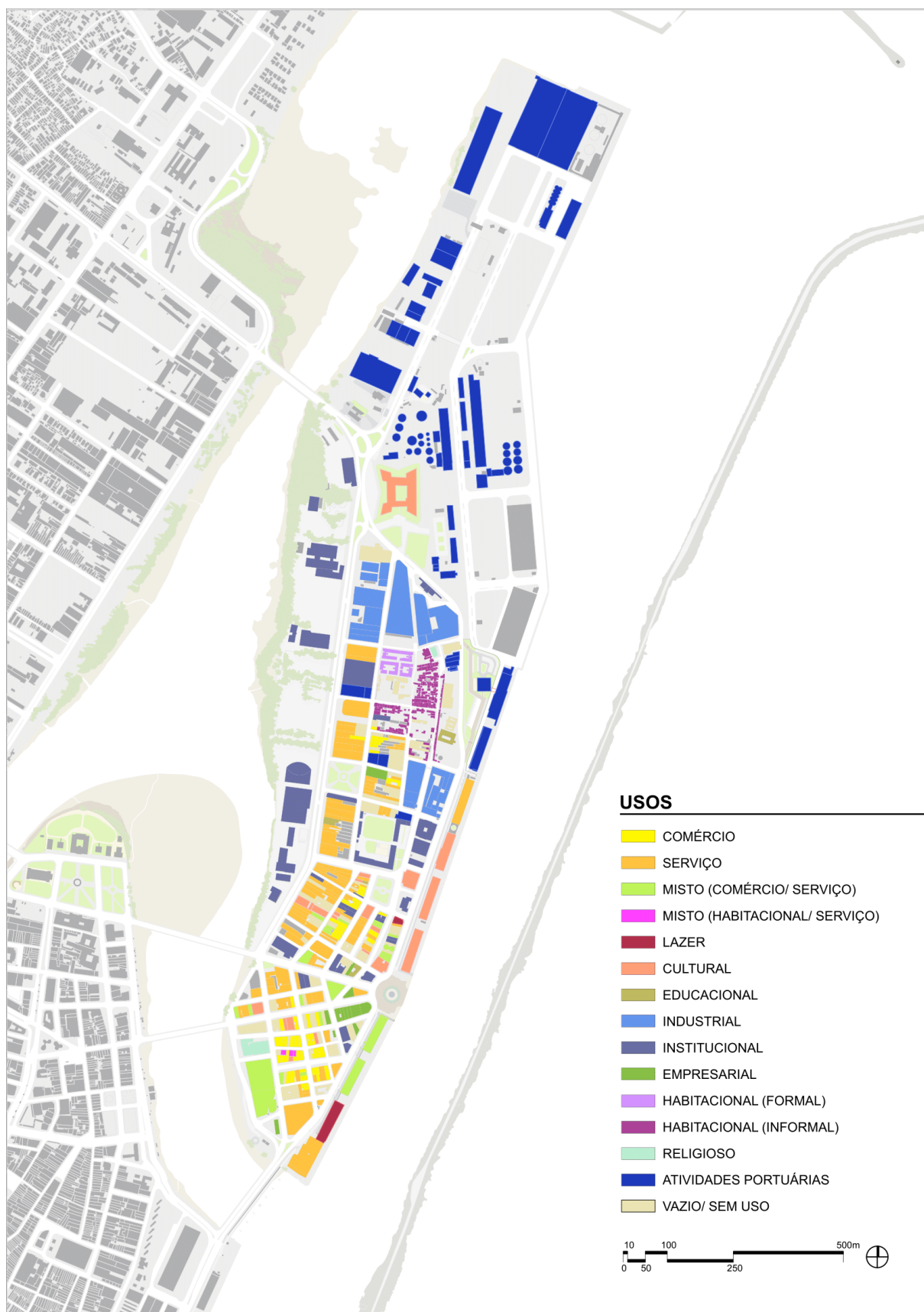
Jacobs (1961) defende a diversidade (mescla de usos e usuários) como único meio capaz de garantir a vitalidade urbana. O arquiteto Richard Rogers em sua publicação Cidades para um pequeno planeta (2001), destaca a multiplicidade de funções nos locais e nas edificações como alternativa para grande parte das cidades contemporâneas ao sobrepor atividades de moradia, comércio e lazer, gerando adensamento populacional e reduzindo as distâncias e o tempo de transporte, diminuindo o consumo energético e, por fim, promovendo a melhoria na qualidade de vida urbana (ROGERS, 2001).

Muito mais do que um espaço urbano fechado, recortado por ruas e avenidas, construído com blocos de concreto e lajes de aço (...) a dominar todas as paisagens, a cidade é (...) um território de relações no qual cada cidadão / cidadã busca satisfazer suas necessidades e realizar seus quereres. (...) É uma realidade viva, pulsante. Ela é composta e compõe uma rede de fluxos de pessoas, mercadorias, materiais... energias em constante movimento (LANDRY, 2013, p.71).

A diversidade de usos, característica típica de centros urbanos desenvolvidos, quando valorizada e bem distribuída, garante uma maior produtividade ao território e a presença de pessoas nos diversos dias e horários. Nesse sentido, o papel dos espaços públicos é crucial: é neles onde a cidadania de fato se exerce, e é por meio deles que os cidadãos se conectam à cidade. É fundamental oferecer espaços de encontros, de trocas, de experiências, de expressões. Esses espaços são palcos da

conexão de ideias, atividades e diversidades e do compartilhamento da própria cidade (REIS, 2012).

Mapa 2 – Bairro do Recife | Mapa de Usos



Fonte: autor, 2019.

Obs. Levantamento realizado entre agosto e outubro de 2019.

Ao longo desses 20 anos, desde a implantação do Porto Digital, a dinamização do Bairro trouxe um processo de desenvolvimento de sua estrutura complementar (lazer, comércio, serviços, centros culturais e museus) (Mapa 2, Fig. 102 e 103); porém, o estímulo à densidade populacional, neste caso, torna-se mais importante que o fomento à densidade construtiva, trazendo consigo o desenvolvimento de setores que atendam às necessidades básicas destes habitantes (alimentação, abastecimento, saúde, transporte, entre outros) (CÂMARA *et al.*, 2018).

Fig.102 – painel Bairro do Recife (1) | variedade de usos



1- Bits Studio Gráfico 2- Marco Pernambucano da Moda 3- Möer/Casa do Pará (restaurantes) 4- Mangue Orange Hostel 5- Sansa Saladeria Café 6- Sinspire (coworking) 7- Armazém Catorze (shows) 8- Museu de Artes Afro-Brasil 9- Cais do Sertão 10- Urban Parking 11- Escola Técnica Estadual Porto Digital

Fonte: autor, 2019.

Fig.103 – painel Bairro do Recife (2) | variedade de usos



1- Cais do Porto 2- ITBC/Softex Recife 3- Paço do Frevo 4- Casa de Actus (antiquidades) 5- Shopping Alfândega 6- Recife Antigo Hostel 7- Teatro Mamulengo 8- Embaixada de Pernambuco 9- Cioccolato Gelateria 10- Agência de Emprego do Recife

Fonte: autor, 2019.

A promoção de um maior adensamento populacional e construtivo (...) e o fomento às atividades do setor terciário jamais podem estar dissociadas do incentivo à reabilitação dos setores históricos, do melhoramento das Comunidades de Interesse Social e do ordenamento do comércio popular. Tal postura é imprescindível para que uma região venha a ser mais preservada e produtiva, com oportunidade para todos.

Torna-se, então, imperativo considerar as áreas privadas ou construídas como partes de um tecido diverso e vivo que, apenas com o suporte de um sistema de espaços públicos cidadãos é capaz de cumprir sua função social e vislumbrar um centro mais humano, seguro e confortável (CÂMARA *et al.*, 2018, v.3, p.75).

Em reportagem publicada no Diário de Pernambuco⁵⁰ (2017), o Secretário de Planejamento Urbano do Recife, Antônio Alexandre da Silva Jr., comentou a questão de moradia no Bairro:

Para consolidar a diversidade de usos e a revitalização do Bairro, precisamos estimular a opção de moradia no centro da cidade. Os incentivos existentes serão direcionados para a recuperação de imóveis ou construção visando novas unidades habitacionais. Dessa maneira teremos espaços capazes de viabilizar a permanência das pessoas nas diversas atividades.

Leite (2006) alerta que a tomada do patrimônio, no Bairro do Recife, como “mercadoria”, não levou em consideração os seus usuários mais antigos, consolidando o seu processo de gentrificação. “Se o Recife é paradigmático para um modelo bem-sucedido de enobrecimento, ele é também paradigmático de um processo de exclusão social” (p.28). Nestes termos, Landry (2013) aponta que “problemas da justiça social, como habitação acessível, tornam-se mais significativas à medida que uma cidade criativa precisa também ser habitável por todos os grupos sociais (LANDRY, 2013, p.70-71).

O único conjunto habitacional formal localizado no Bairro está localizado na área denominada Comunidade do Pilar, antiga Favela do Rato (Fig. 104 a 107) que ainda abriga as famílias remanescentes dos contínuos remanejamentos de suas moradias. O projeto, planejado em 2000 e iniciado em 2010, prevê a construção de 588 unidades habitacionais, além de posto de saúde, creche e escola. Dessas, apenas 256 foram construídas⁵¹.

Intervenções urbanas que desconhecem as tradições e os costumes – pressupostos no processo tipológico principal, ou seja, na forma dominante da estrutura espacial urbana – vão de encontro a um dos princípios do processo real de legitimação, ao causar uma ruptura ou descontinuidade das tradições e costumes (LACERDA & ABÍLIO, 2005, p.3, *apud* LACERDA, 2007, p.642).

⁵⁰ Recife Antigo: o desafio de trazer moradores. Tânia Passos / Diário de Pernambuco. Publicado em 30/04/2017. Disponível em: http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vida-urbana/2017/04/30/interna_vidaurbana,701682/o-desafio-de-trazer-moradores.shtml

⁵¹ Dados coletados em Comunidade do Pilar, em Recife (PE), luta por reconhecimento desde a sua fundação. Vanessa Gonzaga / Brasil de Fato. Publicado em 19/09/19. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/09/19/comunidade-do-pilar-luta-por-reconhecimento-desde-a-sua-fundacao/>

Fig.104 – Comunidade do Pilar



Fonte: Laís Domingues / Marco Zero
<https://www.brasildefato.com.br/2019/09/19/comunidade-do-pilar-luta-por-reconhecimento-desde-a-sua-fundacao/>

Fig.105 – Comunidade do Pilar



Fonte: Sérgio Bernardo/JC Imagem
<https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2018/03/10/esperanca-em-forma-de-casa-para-moradores-do-pilar-330872.php>

Fig.106 – conjunto habitacional no Pilar



Fonte: Rafael Martins / Esp. DP / D.A.Press
<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2015/09/comunidade-do-pilar-aguarda-plano-de-urbanizacao-em-meio-a-miseria-e-o-esquecimento.html>

Fig.107 – conjunto habitacional no Pilar



Fonte: <https://tvjornal.ne10.uol.com.br/por-dentro/2019/04/30/moradores-denunciam-obra-parada-na-comunidade-do-pilar-123013>

As matérias-primas das cidades criativas são seus recursos culturais que estão incorporados na criatividade, nas aptidões e nos talentos das pessoas; são seus recursos naturais como clima, topografia e paisagens; sua história, seus moradores, patrimônio e tradição – o padrão das ruas e dos bairros, antigos e novos moradores, o equilíbrio entre os bons prédios comuns e as estruturas espetaculares, icônicas e representativas. Elas consistem ainda em infraestruturas que vão de TI até o transporte, indústrias e serviços locais (LANDRY, 2013).

A reboque do anunciado desenvolvimento empreendedor da região, o Porto do Recife, através do Governo de Pernambuco juntamente com a iniciativa privada, lançou a partir de 2012 projetos como Porto Novo (iniciativa pública) (Fig. 108)

e Porto Novo Recife (iniciativa privada). São grandes obras que buscam devolver à cidade espaços antes dedicados à operação portuária.

Fig.108 - Projeto Porto Novo



Fonte: <https://www.portodorecife.pe.gov.br>

Os projetos, aparentemente desconectados das políticas públicas que estabeleceram as bases do Porto Digital, visam a requalificação e reurbanização de áreas nobres a fim de estabelecer novas opções de lazer, cultura, comércio, arqueologia e turismo no Bairro do Recife (PORTO DO RECIFE). Armazéns reformados e novas obras já abrigam o Centro de Artesanato de Pernambuco (o primeiro, inaugurado em 2012), o Cais do Sertão Luiz Gonzaga, o Terminal Marítimo de Passageiros, sedes de empresas, escritórios, bares e restaurantes.

A transformação dos sete antigos armazéns de cargas (armazéns 9, 12, 13, 14, 15, 16 e 17) é, sem dúvida, uma obra de impacto econômico e urbano. Os projetos, que não apresentam um ritmo constante de implantação, ainda preveem um hotel, uma marina internacional e um centro de convenções, além da reurbanização de todo o entorno desses equipamentos (PORTO DO RECIFE).

O Porto Digital que teve um investimento inicial do Governo do Estado para implementação de sua infraestrutura e condições necessárias para a sua operação, tem na atual crise fiscal e econômica, o esgotamento da capacidade do Estado no financiamento e desenvolvimento de Políticas Públicas voltadas ao novo empreendedorismo baseado em inovação e criatividade (e que não abrangem as questões urbanas mais amplas).

O modelo adotado amparado na intervenção das três esferas – pública, privada e acadêmica, tem que se adaptar a essa realidade, transferindo o protagonismo entre elas, buscando alternativas para a captação de recursos, para a sustentação e consolidação do parque, mantendo seus objetivos socioeconômicos.

Pires observa uma mudança nesse cenário ao apontar a instalação na área de Centros de Inovação de diversas empresas de escala nacional e internacional como a Ambev, a Sulamérica Seguros, a Komatsu, entre outras, além de parcerias com outros parques tecnológicos, a exemplo do Parqtel, localizado no bairro da Várzea, focado em desenvolvimento de *hardware*. Pires revela ainda que, não por acaso, pela primeira vez o presidente nacional da Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação (ASSESPRO) é de Pernambuco (PIRES, 2019, Apêndice).

O atual presidente do Porto Digital, Pierre Lucena, em entrevista à Revista Algomais (29/01/2019), aponta que, no atual cenário, os planos de captação de investimentos privados no parque estão na atração dos departamentos de inovações de grandes companhias brasileiras para a geração de novos negócios e na criação, a partir das empresas incubadas e aceleradas, de meios de comercialização dos negócios fomentados por estas no Porto Digital. Nesse sentido, Lucena vislumbra a duplicação em cinco ou seis anos do número de empresas embarcadas (das atuais 300 para 600) e da quantidade de profissionais que hoje trabalham no parque, chegando a 20 mil pessoas (DANTAS, 2019).

Recentemente o Porto de Suape anunciou um trabalho de inovação junto ao Porto Digital com a atração de 13 startups e a Empresa Municipal de Informática (EMPREL) ali se instalará, aproximando-se de seus principais clientes – Secretarias

da Prefeitura – e prospectando novos parceiros privados (Jornal do Commercio, 13/10/2019).

Ao longo dos seus anos de operação, o Porto Digital vem recebendo prêmios, méritos e reconhecimento como política pública de desenvolvimento, entre os quais:

- Em 2007 a ANPROTEC reconheceu e premiou o PD como “melhor parque tecnológico / habitat de inovação do Brasil” pela primeira vez;
- Em 2009 o pesquisador da Universidade de Stanford, na Califórnia, Henry Etzkowitz reconheceu o PD como referência de ação desenvolvida conforme o modelo *Triple Helix*;
- Segundo pesquisa da Global Services Media, em 2009, o Recife foi destacado em 6º lugar (única cidade do Brasil) no ranking das 10 cidades emergentes no mundo que se destacariam no mercado de *outsourcing*;
- Em 2009 a edição digital da Business Week destacou o PD em reportagem sobre os parques mais inovadores, considerando-o como um dos dez locais do mundo onde o futuro está sendo criado;
- Em 2011 a McKinsey apontou o PD e a região de Campinas (SP) como os dois ambientes de inovação com maior potencial de geração de negócios de base tecnológica do País;
- Em 2014 a revista Exame, com base em pesquisa feita pela consultoria Urban Systems, destacou o PD como um dos principais fatores que dão ao Recife o primeiro lugar no ranking das 10 melhores cidades em infraestrutura para se fazer negócios na economia criativa;
- Em 2014 o Financial Times destacou o PD no caderno especial “*Latin America’s Regions – Doing Business in Brazil’s Northeast*”, fazendo referência ao parque como um projeto que, além de impedir a fuga do capital humano qualificado da cidade, criou um modelo econômico baseado em informação e conhecimento;
- O pesquisador da Universidade de Berkeley, na Califórnia, em 2014, Jerome S. Engel, reconheceu o PD como um dos sete principais *clusters* globais de inovação (*Global Clusters of Innovation*, 2014);
- Em 2015 o PD foi reconhecido como modelo de referência de política pública na publicação Smart: o que você não sabe sobre a internet, de Frédéric Martel (PORTO DIGITAL).

Segundo relatório da Endeavor, Recife ocupa a 14^a posição (melhor cidade da Região Nordeste) no Índice Nacional de Desenvolvimento por meio da inovação, impulsionado pelo Porto Digital (ENDEAVOR, 2017). Porém, a cidade só se tornará criativa quando gerar valores de mudança, melhoria e progresso em suas atividades econômicas, sociais e culturais a partir do equilíbrio de suas diferenças e diversidade. Essa realidade é que irá criar uma atmosfera de inovação ao oferecer a todos condições plenas para o pensar, planejar e agir criativamente.

Na visão de Wills, as estruturas social, econômica e cultural estabelecidas nas cidades, condicionaram o modo de vida das pessoas por tanto tempo que ajudá-las a romper essas barreiras, “(...) mudando as formas estabelecidas de agir, assumindo a responsabilidade pelo sucesso de uma cidade, desenvolvendo novas habilidades, novos modos de entendimento, novas ambições, é um desafio enorme e uma longa trajetória” (WILLS, 2011, p.120). E como afirma Landry (2013):

Estamos mudando da “administração do conhecido” para um modelo e método de inovação e design que é a “construção do desconhecido”. Todavia, o que é possível é construir a aptidão e incentivar a mentalidade para que as comunidades tenham a intuição para identificar a “vantagem” quando ela começa a surgir, possuindo, assim, a capacidade criativa de reagir apropriadamente. Isso requer um espírito de controle e um sistema de gestão e aprendizagem cientes dessas necessidades e dispostos a se adaptar a essas novas demandas.

Essas transições não são suaves, e há ganhadores e perdedores. As cidades que afirmam ser criativas possuem uma grande parte da população na pobreza e são muitas vezes mal administradas. Logo, o alcance da criatividade deve ser abrangente e incluir soluções criativas para os problemas sociais e para a gestão. A criatividade não é apenas sobre artes ou outros setores culturais (...) (LANDRY, 2013, p.17-18).

A iniciativa do Porto Digital por si só, não transforma a cidade do Recife em criativa. É só, como nas palavras de Ana Carla Reis, um “arquipélago de criatividade” inserido no Bairro do Recife. Ele se apresenta como protagonista de um capítulo novo na rica história de cultura e empreendedorismo desse local, onde obteve resultados favoráveis⁵² para além do que fora inicialmente objetivado; propiciou

⁵² Segundo Alcides Niceas Pires, Presidente da Softex nacional e conselheiro do Porto Digital e da ARIES – Agência Recife de Inovação e Estratégia, em artigo publicado no Blog de Jamildo (25/01/2020), a arrecadação de ISS do Porto Digital em 2019 superou o investimento inicial repassado pelo Governo do Estado do fundo oriundo da privatização da CELPE, que contribuiu para a aquisição e restauração de algumas edificações no Bairro do Recife para instalação do complexo. Disponível em: <https://www.blogs.ne10.uol.com.br>

transformações arquitetônicas e urbanísticas positivas – algumas vezes substituindo ou suprindo ações governamentais. Seu sucesso, porém, ainda não o vinculam a uma Política Pública que aponte caminhos que poderiam irradiar mudanças de todas as ordens se inserido num contexto maior que reconheça a cidade como um sistema único e inovador no sentido do equilíbrio e desenvolvimento socioeconômico de seus cidadãos.

6. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO À ECONOMIA CRIATIVA

Em face da transdisciplinaridade, a EC amplia os domínios da cultura, o que se evidencia, inclusive, pelo envolvimento de pelo menos cinco agências da ONU diretamente – UNESCO, UNCTAD, PNUD, OMPI e OIT; a única temática até hoje que alcançou esta abrangência nas Nações Unidas (MADEIRA, 2014 *apud* MESSIAS, 2017, p.211).

A Economia Criativa, vinculada à desmaterialização da economia até então tradicional e ao estabelecimento de novas relações de trabalho, incorpora temas como sustentabilidade, combate à pobreza e a promoção comercial da cultura no contexto do desenvolvimento das cidades. Os setores criativos, de forma geral, têm crescido forte e continuamente em todo o mundo e, de certa forma, também no Brasil:

- O cenário do mercado global de bens criativos cresceu substancialmente, passando de U\$ 208 bilhões, em 2002, para U\$ 509 bilhões, em 2015, com uma taxa média de crescimento superior a 7%. As estimativas revelam que os serviços criativos contribuem entre 10% e 20% para o comércio mundial de serviços (UNCTAD, 2018);
- As estatísticas do *Creative Report* indicam que a participação média da Economia Criativa no PIB é de 5,6% entre os quarenta países pesquisados, cujos destaques são Estados Unidos, Hungria, Austrália, China, Panamá e Singapura (PNUD, 2013 *apud* MESSIAS, 2017);
- Segundo o BID, no período entre 2003 e 2012, os países em desenvolvimento apresentaram um crescimento nas exportações de bens criativos de U\$ 134 bilhões para U\$ 197 bilhões de dólares (BID, 2013 *apud* MESSIAS, 2017);
- A Organização Internacional do Trabalho (OIT) indica uma participação de 7% de bens e serviços culturais no PIB mundial, com crescimento anual previsto em torno de 10% a 20% (SEBRAE, 2015);
- A participação do PIB criativo no PIB nacional vem crescendo desde 2004, com média nacional de 2,64% de participação e R\$ 155,6 bilhões, em 2015, frente a 2,56% e R\$ 126,0 bilhões em 2013 (FIRJAN, 2016 *apud* MESSIAS, 2017);

- Estima-se que a EC formal no Brasil represente aproximadamente 2% da mão-de-obra e 2,5% da massa salarial formal (IPEA, 2013);
- Segundo o IBGE, no Brasil, 320 mil empresas estão voltadas para a produção cultural (quase 6% do total de empresas do país), empregando formalmente cerca de 3,7 milhões de pessoas e são responsáveis por 8,5% dos postos de trabalho no país (SEBRAE, 2015).
- No Brasil, as chamadas *scale-ups*⁵³ são responsáveis por quase 60% dos novos empregos do país (ENDEAVOR, 2020).

Messias (2017) observa que a ação política é ponto chave para que mais ações no sentido da solidificação da EC ganhem força e que a presença do Estado “é um pressuposto para o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas e (...) a abrangência das ações envolve diferentes campos da sociedade”. Para isso, é necessário “um posicionamento político em favor da EC, a identificação de interesses comuns e um grande esforço de governança entre os diversos atores locais e externos” (p.215).

Dessa forma, as Políticas Públicas voltadas ao fortalecimento da Economia Criativa, com agendas convergentes entre governo, sociedade civil e o empresariado, devem refletir, de maneira mais ampla, os valores, anseios e comportamento dos cidadãos, incorporando questões que vão do desenho urbano, habitação e espaço público; aos sistemas de mobilidade, segurança e serviços públicos; além de educação, cultura, saúde, lazer e desenvolvimento econômico e social. Cada ator envolvido tem objetivos, papéis e responsabilidades diferentes na implementação desses planos estratégicos (REIS, 2011). Fernanda Bocorny Messias (2017) formulou uma síntese de três importantes referências (DUDUC – Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, Ana Carla Fonseca Reis e BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento) para a construção de Políticas Públicas voltadas à Economia Criativa (Quadro 7):

⁵³ *Scale-ups* são empresas que incorporam novas tendências tecnológicas e de gestão e que sustentam um crescimento de pelo menos 20% ao ano, por três anos seguidos. No Brasil representam apenas 1% das empresas (ENDEAVOR, 2020).

Quadro 7 – referências na construção de Políticas Públicas de EC

DUDUC (2002)	REIS (2008)	BID (2013)
1) proteção aos conhecimentos tradicionais	1) conscientizar os gestores públicos, privados e a sociedade civil de que inclusão se faz por convergência de interesses	1) ecologia (a relação entre oferta e demanda dos conteúdos e estas com o Estado)
2) combate à pirataria	2) definir e implementar políticas de desenvolvimento transversais aos setores interagentes	
3) valorização e mobilidade dos trabalhadores criativos	3) influenciar acordos internacionais para que possibilitem a apropriação dos benefícios da economia criativa por parte das comunidades que os originaram	
4) acesso a novas tecnologias de informação e comunicação	4) promover acesso adequado a financiamento	2) Kreatópolis (o papel central da cidade para o desenvolvimento da Economia Criativa)
5) preservação do patrimônio cultural e material	5) levantar estatísticas que monitorem o desenvolvimento das ações de política pública	
6) educação	6) disponibilizar infraestrutura suficiente de tecnologia e comunicações	
7) direitos autorais e conexos	7) estabelecer um modelo de governança coerente	
8) incentivo ao desenvolvimento das indústrias culturais em países em desenvolvimento	8) analisar o processo de geração de valor não em uma estrutura de cadeia, mas de redes	3) cadeia de valor (uma aproximação ao processo cíclico que vai da criação ao consumo de conteúdos e vice-versa)
	9) garantir educação e capacitação a par com novos perfis profissionais e novas profissões	
	10) formar um ambiente que reconheça o valor econômico da criatividade e do intangível cultural	

Fonte: UNESCO, 2002; REIS, 2008; BID, 2013 *apud* MESSIAS, 2017, p.216

Conforme levantado nessa pesquisa, políticas públicas mais amplas, que contemplem a estratégia econômica formatada através dos Arranjos Produtivos Locais e, mais especificamente, dos *clusters* criativos, quando adequadamente integrados ao espaço público, podem funcionar como elementos estruturadores do território, fornecendo novas centralidades que promoverão a articulação e integração de todo o tecido urbano, permitindo o estabelecimento e o desenvolvimento de transformações positivas nas cidades.

Se não há espaço público, não existem acordos sociais. (Calos Mário Rodriguez)⁵⁴

E se não há espaço social, não há “cidade criativa”.

⁵⁴ In: *El alma de la ciudad... El urbanismo y la arquitectura como instrumento de transformación*. Palestra conferida na UNICAP em 19/09/2019. Carlos Mario Rodrigues é arquiteto e urbanista e foi Gerente de Desenho Urbano da EDU de Medellín entre 2004 e 2011.

Cada cidade, com suas particularidades, possui espaços de grande vitalidade que podem integrar um sistema de centralidades que atendam às necessidades de suas comunidades. Porém, principalmente nos países em desenvolvimento, muitas cidades se caracterizam pela ausência de políticas públicas territoriais e pela falta de aplicação de instrumentos de planejamento e gestão eficazes no uso e ocupação de seu solo urbano e rural.

Essa condição de falta de governança e controle do crescimento e ocupação do solo, associada

(...) à especulação imobiliária e a ausência dos cidadãos como centro da construção e transformação do território, gerou cidades com características de dispersão, segregação, fragmentação e desigualdade, mas, acima de tudo, gerou territórios não competitivos ou social e ambientalmente sustentáveis (ALCADIA DE BACARAMANGA, 2018, p.13. Tradução nossa).

Para reversão dessa situação, é imperativo que os governos locais, tendo em vista suas peculiaridades políticas, administrativas e de gestão – muitas vezes é no nível regional, da cidade ou do bairro, mais do que no nível da política nacional, onde os impactos mais imediatos se estabelecem – formulem estratégias e ações no sentido de fortalecer os processos de planejamento e gestão do ambiente urbano (e rural) através da implementação de políticas públicas em torno da geração e requalificação do espaço público, de maneira democrática, humana e específica para cada situação, compreendendo as singularidades das localidades, sua identidade cultural, sua história e vocações econômicas (REIS, 2012; MESSIAS, 2017).

É nesse cenário onde a implantação dos *clusters* criativos contribuirão para a transformação socioeconômica dos territórios. Porém, a eficácia dessas políticas depende de uma visão de longo prazo por parte dos agentes envolvidos, asseguradas por uma estabilidade política.

O espaço público como elemento complementar à dinâmica socioeconômica de uma cidade permite melhorar os locais para o desenvolvimento de atividades econômicas que resultam na geração de emprego decente. Dessa maneira, a utilidade econômica no espaço público deve partir de uma concepção normativa da distribuição equitativa de encargos e benefícios que garanta o

interesse geral e a propriedade pública, sem ignorar o uso econômico com condições sociais e equitativas (ALCADIA DE BACARAMANGA, 2018, p.227. Tradução nossa).

Estas políticas públicas baseadas em princípios de corresponsabilidade entre o Estado e os cidadãos, abrangendo entidades públicas, privadas e representantes da sociedade civil, devem utilizar os mecanismos de gestão social e econômica na implementação de projetos destinados a melhorar a qualidade de vida da população de forma equilibrada, indistinta e sustentável.

É necessário observar que o estabelecimento de um ambiente criativo, tecnológico e institucional, para que estas políticas se viabilizem, exige uma forte presença do Estado, por meio de investimentos em infraestrutura e em instituições culturais de envergadura, mas, principalmente, como mediador de interesses, pela abrangência das ações que envolvem os diversos campos da sociedade alinhadas com as demandas socioculturais locais.

As políticas culturais envolvem escolhas e demarcação de princípios, mas são as políticas públicas que as realizam, na forma de instituições setoriais (ministério, secretarias, fundações, associações, programas, projetos etc.), que acrescentam e mobilizam recursos materiais e cognitivos. As áreas de ação pública são também extensas (...). Uma parte do fazer cultural está fortemente relacionada com os mercados e as indústrias, fundamentalmente privados, embora incentivados e regulados politicamente. Do lado da sociedade civil, que possui uma complexidade de atores atuantes na área cultural, os exemplos anteriores voltam rapidamente à memória, pois, além de serem áreas de atuação do poder público, são também fortemente ligados aos dinamismos dos mercados (BARBOSA, 2017 p7-8 apud MESSIAS, 2017, p.210).

Grande parte dos problemas resultantes da aplicação das políticas públicas origina-se de problemas de gestão, entendida em seu sentido mais amplo (BRITO, 2003). O quadro (8) sintetiza a posição de diversos autores sob alguns aspectos – em suas respectivas áreas, que não raro, se sobrepõem - relacionados a EC e os territórios envolvidos, que revelam a situação real de grande parte das cidades nos países em desenvolvimento, fazendo uma relação com diretrizes que apontam possíveis soluções a estas questões, quando inseridas numa política de Estado contínua e comprometida com a transformação e o desenvolvimento socioeconômico e cultural de sua gente.

Quadro 8 – aspectos relacionados às Políticas Públicas de EC

ÁREA	ASPECTOS OBSERVADOS NO ÂMBITO DA EC E DO TERRITÓRIO DAS CIDADES	SOLUÇÕES E DIRETRIZES PARA POLÍTICAS PÚBLICAS NO ÂMBITO DA EC E DO TERRITÓRIO DAS CIDADES
ADMINISTRAÇÃO	- Descontinuidade das Políticas Públicas implantadas	- Priorização de políticas de Estado, frente a políticas de governo
	- Falta de articulação entre as pastas públicas - Ausência de governança articuladora entre os setores público, privado e sociedade civil	- Articulação entre pastas e setores público, privado e sociedade civil
	- Desrespeito a contratos	- Respeito integral aos contratos firmados
	- Mecanismos e instrumentos de gestão urbana inadequados	- Participação popular nas ações e estratégias específicas
	- Ineficiência nos serviços urbanos prestados	- Implementação de uma gestão eficiente dos recursos - Serviços públicos de excelência para todos
CULTURA	- Nível educacional de baixa projeção	- Investimentos em cultura, ciência e tecnologia - Processos criativos como componente curricular nas escolas
	- Falta de capacitação profissional	- Capacitação técnica e educação dos talentos
	- Carência de proteção aos direitos de propriedade intelectual	- Respeito aos direitos de propriedade intelectual
	- Restrição à livre circulação de informações, ideias e expressões	- Levantamento e disponibilização de dados e indicadores da EC
	- Concentração de equipamentos culturais	- Criação de espaços e ambientes criativos distribuídos de forma equilibrada e equitativa na cidade
	- Falta de análise crítica por parte da população	- Articulação de ações sociais visando a redução das causas de exclusão
ECONOMIA	- Desigualdade estrutural de distribuição de possibilidades de acesso a empregos qualificados	- Inserção de jovens no mercado de trabalho
	- Insuficiência e desarticulação de investimentos públicos e privados para o desenvolvimento urbano	- Incentivo à formação de distritos e <i>clusters</i> criativos - Desoneração de tributos - Criação de linhas de microcrédito para empresas culturais e criativas
	- Atividades produtivas em decadência ou de pouca vitalidade	- Apoio à dimensão econômica das empresas culturais e criativas - Incubação de empreendimentos criativos e inovadores - Acesso a mercados consumidores - Assessoria no processo de exportação de bens e serviços criativos
URBANISMO / INFRAESTRUTURA	- Baixa qualidade de vida urbana	- Reconhecimento da criatividade e da inovação em caráter transversal ao contexto urbano - Valorização do espaço público inclusivo - Regeneração do meio ambiente - Respeito às diversidades
	- Carência de infraestrutura e equipamentos urbanos	- Investimento maciço em infraestrutura
	- Carência de articulação na cidade pelas dificuldades do transporte público	- Consideração da cidade como um todo integrado - Criação de um sistema de transportes eficaz
	- Abandono de grandes áreas degradadas física e socialmente - Destruição e descaracterização do patrimônio edificado e urbanístico	- Reabilitação dos espaços abandonados e em deterioração - Inovação nos processos de preservação do patrimônio cultural - Preservação urbana das áreas de interesse cultural
	- Estoque habitacional deteriorado e subutilizado - Gentrificação	- Atenção à arquitetura social - Habitação social de qualidade inserida nos centros
	- Falta de conexões	- Disponibilização gratuita de banda-larga nos espaços públicos
	- Falta de acesso às novas tecnologias	- Geração de ambientes inovadores propícios a geração de conhecimento

Fonte: autor. Adaptado de BRITO (2003); BERTACCHINI (2011); LERNER (2013); REIS (2011, 2012); LANDRY (2013).

Devido a diversidade e amplitude de conceitos que envolvem os temas economia criativa, indústrias criativas e cidades criativas, as discussões sobre a implementação de políticas públicas para o desenvolvimento nas sociedades pós-industriais, com contextos culturais, ambientais, sociais e econômicos distintos, muitas vezes com abordagens sobrepostas, também são diversas, com diferentes enfoques específicos às suas realidades.

Austrália e Reino Unido, desde o surgimento das discussões sobre as cidades criativas, adotaram políticas locais e nacionais para a promoção do potencial criativo de suas cidades. Essas políticas de desenvolvimento apostam nos valores de suas origens e histórias, nas tecnologias que dominam e nos produtos e serviços que desejam levar para além de suas fronteiras, criando novas oportunidades e incluindo a mão-de-obra industrial ociosa, equacionando questões de exclusão social e valorização do capital cultural e humano em seus territórios (MESSIAS, 2017).

O Reino Unido há tempos apresenta mudanças de paradigmas em sua estratégia econômica, que incorporaram ao longo do tempo a Economia Criativa como vetor de desenvolvimento. Programas como *Creative Space Agency* e *Creative Industry Hubs*, “propõem novos olhares sobre usos criativos de espaços vazios da cidade e sobre uma gama de serviços de apoio, que também promovem conexões na cidade” (REIS, 2011, P.138).

Com contextos muito mais próximos ao de cidades no Brasil, Argentina e Colômbia dão ênfase à capacitação de recursos humanos para o mercado criativo e cultural, visando a geração de empregos e a competitividade internacional. O Ministério de Desenvolvimento Econômico argentino, por exemplo, estimula a formação dos *clusters* criativos como estratégia de desenvolvimento urbano, tendo como objetivo a geração de competência produtiva, dados e informações dos setores tecnológico, audiovisual, artes, desenho e esportes para a construção de suas políticas (UNESCO/UCCN, 2015; PNUD, 2013; UNESCO, 2004; ARGENTINA, 2017 *apud* MESSIAS, 2017).

A Colômbia, como visto no capítulo 3, vem se destacando na América Latina pelo seu desenvolvimento econômico e social respaldado em bases políticas sólidas e

sustentáveis, com planos estratégicos que consideram a cultura como um dos ativos mais importantes de suas cidades.

A atração de investimentos internacionais para o desenvolvimento de estudos e pesquisas contribui para a qualificação de profissionais especializados no país e para a construção de redes de pesquisa. As informações e metodologias que geram, tanto sobre o país quanto a região, alimentam os tomadores de decisões e subsidiam iniciativas de promoção dos setores culturais e criativos (MESSIAS, 2017, p.120-121).

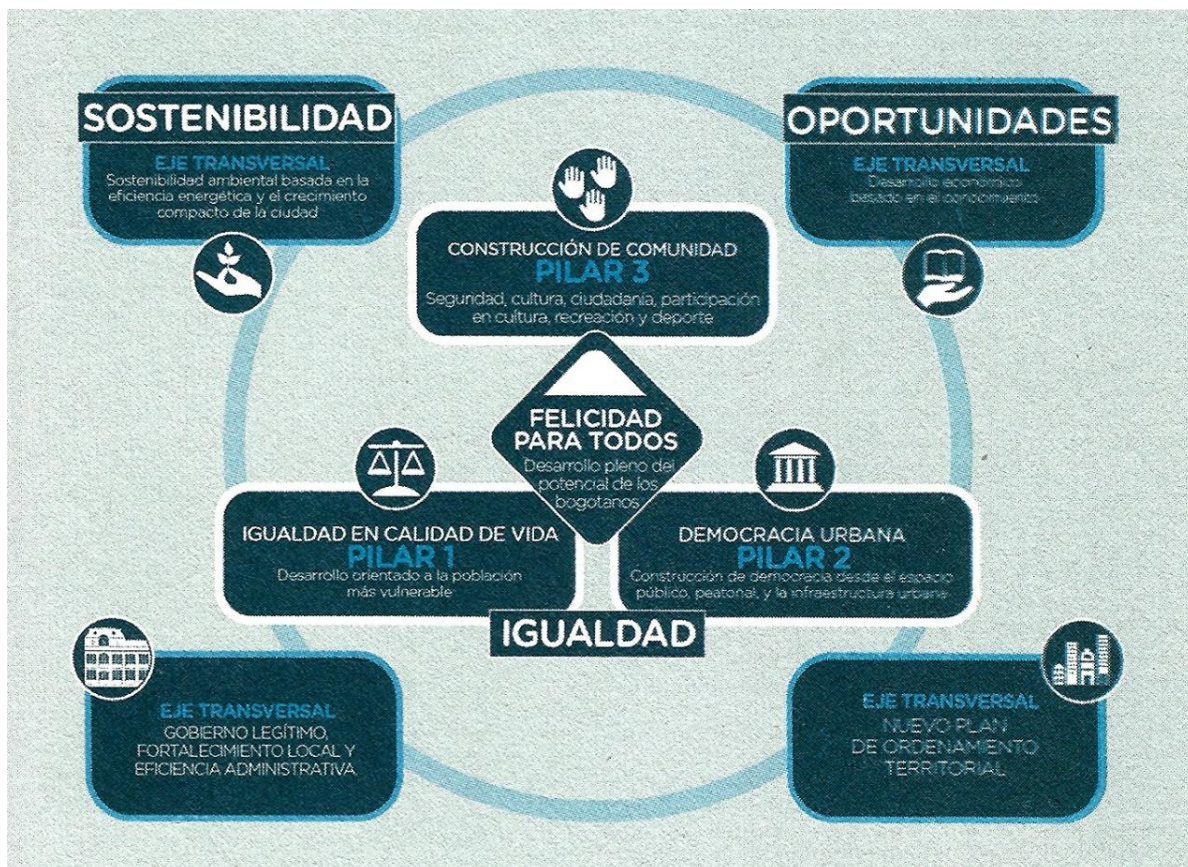
Em Medellín, entre tantos programas, o *Plan Decenal de Desarrollo – Medellín um hogar para la vida (2010-2020)*, parte de uma “visão humanista do desenvolvimento para pensar e gerir as relações entre economia e cultura”, inserindo os setores criativos “em um contexto globalizado e de economias de mercado aberto e altamente competitivo (...) nas dimensões social, cultural, ambiental, econômica, política-institucional e ética” (ALCADE, 2012 *apud* MESSIAS, 2017, p.118). Também em Medellín, a *Empresa de Desarrollo Urbano* (EDU) é uma agência pública que coordena projetos estratégicos que envolvem o urbanismo social e inclusão socioeconômica nas zonas mais críticas da cidade, independentemente dos governos que se sucedem.

Da mesma forma, Bogotá tem investido na participação da classe criativa nos esforços de transformação da cidade. O Observatório de Culturas de Bogotá (OCB), criado em 1995/96 com o objetivo de “estudar o comportamento do cidadão no âmbito da convivência metropolitana”, gera conhecimento e informações para a continuidade e redesenho de suas políticas públicas. A *Encuesta Bienal de Cultura* (EBN) é uma pesquisa realizada pela OCB, desde 2001, com “o objetivo de medir a participação, satisfação e expectativas da população” em duas frentes: as questões próprias do setor cultural, recreativo e de esportes; e as questões relativas à maneira como o habitante se relaciona com o Estado e com outros cidadãos (BOGOTÁ/OCB, 2017 *apud* MESSIAS, 2017).

Seu *Plan Distrital de Desarrollo 2016-2020 – Bogotá Mejor para Todos*, por exemplo, foi elaborado com base em diagnósticos a partir do monitoramento das questões enfrentadas e da avaliação dos objetivos anteriormente propostos. Sua estratégia

está estruturada em três pilares e quatro eixos transversais que contemplam políticas gerais e setoriais (Fig. 109).

Fig.109 – Estrutura do Plano Distrital de Desenvolvimento “Bogotá Melhor para Todos”



Fonte: ALCADIA MAYOR DE BOGOTÁ, 2016, p.39

Esse modelo que abrange todas (ou quase todas) questões que visam propósitos comuns como o bem-estar e um melhor modo de vida para seus habitantes, integrando tecnologia e conhecimento em prol da equidade – e estão sempre relacionados aos aspectos culturais e aos espaços públicos de qualidade -, pode, por sua amplitude, referenciar diretrizes de políticas públicas para inúmeras cidades, inclusive no Brasil:

PRIMEIRO PILAR: IGUALDADE DE QUALIDADE DE VIDA

- 1 prevenção e cuidados precoces com maternidade e paternidade
- 2 desenvolvimento integral da gravidez à adolescência
- 3 igualdade e autonomia para uma Bogotá inclusiva
- 4 famílias protegidas e adaptadas às mudanças climáticas
- 5 desenvolvimento integral para a felicidade e o exercício da cidadania
- 6 qualidade educacional para todos
- 7 inclusão educacional para equidade

- 8 acesso de qualidade à educação superior
- 9 cuidados de saúde abrangentes e eficientes
- 10 modernização da infraestrutura física e tecnológica em saúde
- 11 **melhores oportunidades de desenvolvimento através da cultura, recreação e esportes**
- 12 mulheres protagonistas, ativas e capacitadas para extinguir as diferenças de gênero

SEGUNDO PILAR: DEMOCRACIA URBANA

- 1 infraestrutura para o desenvolvimento do habitat
- 2 intervenções abrangentes sobre o habitat
- 3 recuperação, incorporação, vida urbana e controle da ilegalidade
- 4 integração social para uma cidade de oportunidades
- 5 **espaço público, direito de todos**
- 6 melhor mobilidade para todos

TERCEIRO PILAR: CONSTRUÇÃO DA COMUNIDADE E CULTURA CIDADÃ

- 1 segurança e coexistência para todos
- 2 fortalecimento do sistema de proteção abrangente para mulheres vítimas de violência
- 3 justiça para todos: consolidação do sistema de justiça distrital
- 4 Bogotá vive os direitos humanos
- 5 Bogotá melhor para vítimas, para a paz e para a reconciliação
- 6 equipe de educação para o reencontro, a reconciliação e paz
- 7 **mudança cultural e construção do tecido social para a vida**

PRIMEIRO EIXO TRANSVERSAL: NOVO ORDENAMENTO TERRITORIAL

- 1 informação relevante e abrangente para o planejamento territorial
- 2 **projetos urbanos integrais com visão da cidade**
- 3 **projetos para reduzir o déficit habitacional de terrenos, moradias e equipamentos urbanos**
- 4 articulação regional e planejamento integral de transporte
- 5 financiamento para o desenvolvimento territorial

SEGUNDO EIXO TRANSVERSAL: DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO BASEADO NO CONHECIMENTO

- 1 **fundamentar o desenvolvimento econômico na geração e uso do conhecimento para melhorar a competitividade da região**
- 2 gerar melhores alternativas de renda e emprego
- 3 aumentar a eficiência dos mercados da cidade
- 4 melhorar e fortalecer a arrecadação de impostos da cidade e promover o uso de mecanismos para vincular capital privado
- 5 Bogotá, cidade inteligente
- 6 Bogotá, uma cidade digital
- 7 consolidar o turismo como fator de desenvolvimento, cooperação e felicidade para a região de Bogotá

TERCEIRO EIXO TRANSVERSAL: SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL BASEADA EM EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

- 1 recuperação e gestão da principal estrutura ecológica
- 2 **ambiente saudável para equidade e disfrute do cidadão**
- 3 **gestão ambiental urbana**
- 4 desenvolvimento rural sustentável

QUARTO EIXO TRANSVERSAL: GOVERNO LEGÍTIMO,
FORTALECIMENTO LOCAL E EFICIÊNCIA

- 1 transparência, gestão pública e serviço aos cidadãos
- 2 modernização institucional
- 3 governo e cidadania digital
- 4 governança e influência local, regional e internacional

(ALCADIA MAYOR DE BOGOTÁ, 2016. Tradução nossa. Grifo nosso).

As transformações vivenciadas por Bogotá, pela restauração do sentimento de pertencimento de seus cidadãos e pela consequente retomada da confiança nas autoridades e no respeito às normas, a tornaram referência na promoção da cultura cidadã que favorece a inclusão, a integração social e o desenvolvimento econômico. Bogotá se consolidou como cidade criativa por seus indicadores de qualidade de vida, pelo aumento de produtividade de suas empresas e pela consolidação de um ecossistema que favorece o empreendedorismo e a inovação.

No Brasil, apesar de seu potencial criativo

(...) e de o país liderar os resultados numéricos na América Latina - seguido pelo México, Argentina e a Colômbia, nesta ordem (BID, 2013, p.126-127) -, o país não conta com uma política sólida e transversal para a EC. Às voltas com questões da dívida interna e mais recentemente afogado em crises políticas e econômicas, o país ainda não internalizou o potencial já identificado dos setores criativos e culturais para o desenvolvimento econômico, social, cultural, urbano e ambiental brasileiro (MESSIAS, 2017, p.31).

A partir de 1985, com a criação do Ministério da Cultura (MinC), desmembrado do Ministério da Educação e Cultura (MEC), começaram a ser desenvolvidas ações específicas reconhecendo a importância da cultura na construção de uma identidade nacional (MINISTÉRIO DA CIDADANIA / SEC).

Reis (2011) aponta que os debates acerca das indústrias criativas no Brasil só surgiram a partir da realização, em 2004, da 11ª edição do Encontro Quadrienal da UNCTAD (UNCTAD XI), em São Paulo, onde nos foram revelados os benefícios econômicos e culturais gerados pelas indústrias criativas. Como seguimento aos debates disseminados por essa conferência, em 2005 realizou-se em Salvador o primeiro evento internacional de grande envergadura sediado no Brasil específico sobre o tema, o Fórum Internacional de Indústrias Criativas (MESSIAS, 2017).

Messias (2017) porém, chama atenção para um primeiro ciclo de debates sobre a dimensão econômica no Ministério da Cultura, em 2003, marcado por quatro momentos:

1- O desenvolvimento do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura⁵⁵ (PRODEC); 2- A criação da Coordenação Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais na Secretaria de Políticas Culturais (SPC); 3- A tridimensionalidade da cultura, cidadã, simbólica e econômica; 4- A institucionalização da Secretaria da Economia Criativa (BRASIL MinC UNESCO, 2016 *apud* MESSIAS, 2017, p.123).

Para Reis (2011) os temas Economia Criativa e indústrias criativas só voltaram efetivamente à pauta no ano de 2009, quando os eixos “cultura e economia criativa” e “cultura e cidades” – foram definidos pelo então Ministério da Cultura entre os cinco eixos norteadores das conferências nacional, estaduais e municipais de cultura. No entanto, nesse momento, “a economia criativa foi reduzida a mecanismos de financiamento à cultura, sustentabilidade das cadeias culturais e geração de emprego e renda” (p.14), e a cidade foi abordada “como espaço de produção e trocas culturais, garantia de direitos e de acesso a bens culturais” (REIS, 2011, p.69).

Em 2011, com inspiração no Ministério de Indústrias do governo britânico, foi criada a Secretaria de Economia Criativa (SEC), vinculada ao Ministério da Cultura.

A SEC nasceu com a missão de contribuir para a formulação de políticas públicas, ao mesmo tempo macroeconômicas (voltadas aos estudos e pesquisas, ao território e aos marcos legais) e microeconômicas (dedicadas à formulação, ao fomento e às redes e coletivos (LEITÃO, 2016, p.377 *apud* MESSIAS, 2017, p.135).

Embora a falta de continuidade nas políticas públicas setoriais seja recorrente, três iniciativas destacadas por Messias (2017) no âmbito político, marcaram os esforços de introdução da Economia Criativa no país: o Programa de Desenvolvimento da

⁵⁵ O PRODEC adotou o termo “Economia da Cultura”, em vez de “Economia Criativa” – mais em uso no mundo – em face do entendimento de que a Economia da Cultura abrange além dos setores da cultura, ciência e tecnologia. A Economia Criativa delimita o campo aos setores regidos por patente e propriedade intelectual (PORTA, 2007 *apud* MESSIAS, 2017, p.129).

Cultura (PRODEC), o Plano da Secretaria de Economia Criativa (Plano da SEC) e o Plano Nacional de Economia da Cultura (PNEC).

O PRODEC, iniciativa de 2007, surgiu com o objetivo de promoção e ampliação da economia da cultura no Brasil. “O PRODEC buscou dar início ao processo de construção e de implantação de uma agenda para o desenvolvimento da economia da cultura, de forma programática” e também deu ênfase a coleta de informações afim de mensurar o impacto econômico das atividades culturais (BRASIL MinC UNESCO, 2016 *apud* MESSIAS, 2017, p.129).

O 1º Plano da Secretaria de Economia Criativa (Plano da SEC), publicado em 2011, incorpora a EC nas políticas nacionais (p.131). O 2º Plano da SEC, elaborado em 2012 com bases na inclusão social, empreendedorismo e na cultura para fundamentar a EC e promover tecnologias sociais inovadoras, apresentava cinco desafios: 1º- Levantamento de informações e dados da EC; 2º- Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos; 3º- Educação para competências criativas; 4º- Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos; 5º- criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos (LEITÃO, 2011; BRASIL MinC, 2012 *apud* MESSIAS, 2017).

O Plano Brasil Criativo (PBC) foi o plano executivo e operacional do Plano da SEC. Um dos resultados apresentados pelo PBC foi o Projeto de Desenvolvimento de APLs (*clusters*) de Economia Criativa. “O relatório preliminar indicou que os 27 APLs atendidos pelo projeto abrangiam 216 municípios nas 5 macrorregiões brasileiras; concentravam 2.064 empreendimentos criativos; geraram 91.227 postos de trabalho; e faturaram, juntos, R\$ 973,9 milhões por ano”. Porém, apontaram “o grande índice de informalidade dos empreendimentos criativos; o pouco conhecimento da sociedade e a carência de marcos legais e de investimentos públicos (OLIVEIRA, 2016, p.119 *apud* MESSIAS, 2017, p.148).

O Plano Nacional de Economia da Cultura (PNEC) foi elaborado a partir de 2015 como “um programa de caráter nacional voltado para a economia da cultura e cuja diretriz foque a dinamização dos circuitos econômicos de domínios culturais” (p.4), desafiando o governo a uma atuação integrada, intra e interministerial (BRASIL

MinC UNESCO, 2016 *apud* MESSIAS, 2017, p.151). “O PNEC não chegou a ser publicado como uma política, apesar de se mostrar estruturado como tal” (p.156), demonstrando a recorrente falta de continuidade na implementação das políticas públicas setoriais no Brasil que identifiquem e promovam a economia criativa e as indústrias criativas como uma estratégia de desenvolvimento socioeconômico.

No início de 2019, a estrutura da cultura foi incorporada ao Ministério da Cidadania.

Integra a estrutura do Ministério da Cidadania sete entidades vinculadas ao setor cultural, sendo três autarquias e quatro fundações: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural Palmares (FCP), Fundação Nacional de Artes (Funarte) e Fundação Biblioteca Nacional (FBN). Ainda compõem a estrutura organizacional do Ministério: o Conselho Superior de Cinema (CSC), o Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC) e a Comissão do Fundo Nacional da Cultura (CFNC) (MINISTÉRIO DA CIDADANIA / SEC).

A Secretaria Especial da Cultura, vinculada a esse Ministério, tem então como competência “a formulação de políticas, programas, projetos e ações que promovam a cidadania por meio da cultura”, além da “promoção do acesso aos bens culturais, da economia criativa brasileira e da proteção dos direitos autorais” (MINISTÉRIO DA CIDADANIA / SEC).

A Secretaria assessora a coordenação executiva do Plano Nacional de Cultura (PNC), que se baseia em três dimensões: 1- A cultura como expressão simbólica; 2- A cultura como direito de cidadania; 3- A cultura como potencial para o desenvolvimento econômico; e atua por meio de diversos órgãos específicos: Secretaria de Direitos Autorais e Propriedade Intelectual (Sdapi), Secretaria da Diversidade Cultural (SDC), Secretaria do Audiovisual (SAV), Secretaria da Economia Criativa (SEC), Secretaria de Difusão e Infraestrutura Cultural (Seinfra) e Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (Sefic) (MINISTÉRIO DA CIDADANIA / SEC).

No final de 2019, a Secretaria foi transferida para o Ministério do Turismo. Essa descontinuidade e a falta de articulação entre as pastas públicas e entre os setores

públicos, privados e sociedade civil, nos deixam à margem de um debate contemporâneo e transformador.

Embora o brasileiro se auto intitule um povo criativo, os movimentos de EC que se multiplicam pelo país são pulverizados em iniciativas pontuais locais e estaduais, propagando-se através de feiras, mercados criativos, congressos, seminários e palestras. “O Brasil não internalizou o debate econômico amplo e necessário em face das profundas transformações pelas quais o capitalismo vem passando”, aponta Messias (2017, p.164). Apesar dos programas, iniciativas e esforços empregados ao longo de todos esses anos, o debate acerca dos setores criativos não ganhou a devida força no Brasil. A leitura do papel da criatividade e da inovação nas indústrias, na economia, nas cidades, não tem a profundidade necessária para a afirmação dos potenciais econômicos e sociais decorrentes da EC (REIS, 2011; MESSIAS, 2017).

Os gestores políticos devem ter na Economia Criativa e nas indústrias criativas uma prioridade, reforçando a educação e a qualificação profissional, permitindo o acesso amplo às tecnologias da informação e comunicação, criando facilidades de financiamento para os setores criativos, buscando a implementação de ambientes de negócios favoráveis às pequenas e médias empresas desses setores, e requalificando os espaços públicos onde a cidadania possa ser exercida de forma plena.

Continuamos longe de dispor de estratégias nacionais que permitam mapear o setor e criar estratégias de crescimento, capazes de levar o Brasil a se posicionar melhor e a crescer de forma mais equânime e sustentada, com base nesses setores inovadores (GOLDEINSTEIN, 2016, p.45 apud MESSIAS, 2017, p.165).

Desse modo, a leitura que se faz quanto às políticas públicas locais que envolvam o fomento e o desenvolvimento de ambientes criativos e o espaço público cidadão é a mesma: não contemplam uma visão mais ampla dos mecanismos e ações que relacionam esses temas - como nos casos de Bogotá ou Medellín analisados nesse estudo -, limitando-se a iniciativas pontuais que, por fim, não vislumbram a cidade como um todo.

O Porto Digital, fruto de uma política pública (iniciativa do Governo do Estado e Prefeitura Municipal) de desenvolvimento exitosa sob alguns aspectos, por exemplo, tem definidos no seu Plano Estratégico em vigor (2017-2025), oito eixos⁵⁶ de atuação e indicação de metas que visam aumentar a competitividade de suas empresas e “melhorar o ecossistema do parque (...), contribuindo não apenas para os setores de Tecnologia da Informação e Comunicação e de Economia Criativa, mas também para o desenvolvimento econômico e social da região” (PORTO DIGITAL), mas que não abrangem questões essenciais para o desenvolvimento do território onde está implantado, nem vislumbram as possibilidades de irradiação para o resto da cidade⁵⁷. Dessa forma, nosso “ícone” Porto Digital continuará sendo, com todo seu sucesso, apenas um virtuoso “arquipélago de criatividade”.

Se a cidade apresenta talentos criativos e diversificados, serviços de excelência, eventos de magnitude, equipamentos culturais e sociais (vide COMPAZ) de qualidade, patrimônio histórico e cultural, e um polo tecnológico de reconhecimento internacional, falta-lhe, englobada por uma Política Pública ampla, a conexão plena (do sinal de internet ao transporte público eficiente) entre esses diversos atores, em busca de sua transformação efetiva em “criativa” (Fig. 110 e 111).

⁵⁶ São os eixos de atuação do Porto Digital contemplados em seu Plano Estratégico 2017-2025: 1- criação, atração e desenvolvimento de empreendimentos no PD; 2- interiorização do PD e apoio às cadeias produtivas locais; 3- desenvolvimento de tecnologias para a promoção do bem-estar das cidades e das pessoas; 4- qualificação de capital humano para empreendedorismo, inovação e competitividade empresarial; 5- desenvolvimento de projetos de cooperação tecnológica com universidades e empresas; 6- estudos e pesquisas para o futuro da economia digital em Pernambuco; 7- ampliação da oferta de infraestrutura imobiliária, tecnológica e de serviços do PD; 8- aperfeiçoamento da gestão institucional e promoção do Porto Digital (PORTO DIGITAL).

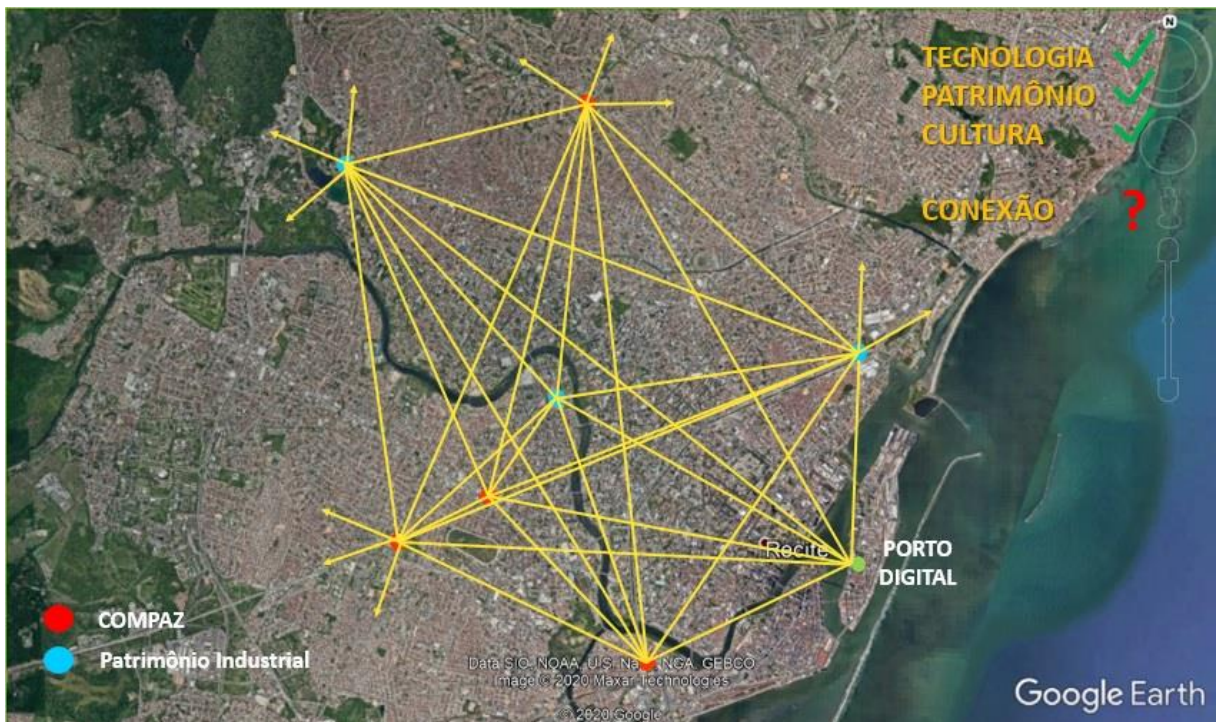
⁵⁷ Igor Albuquerque e Norma Lacerda (2017) apontam que em 12 de junho de 2014, a Prefeitura do Recife e o NGPD celebraram um Contrato de Gestão (nº4) “(...) que se deu por meio da abertura de uma Convocação Pública para as pessoas jurídicas de direito privado sem fins econômicos, qualificadas como Organização Social, com vista à elaboração do Projeto Recife 500 anos. Trata-se de um plano estratégico de desenvolvimento de médio e longo prazos para a Cidade do Recife”. Dessa forma, continuam, “a partir desse instrumento, o poder público transferiu para uma entidade privada parte importante do seu planejamento urbano municipal. Mesmo que a finalidade de uma organização social seja a persecução do interesse público não estatal, existem atuações eminentemente públicas, atividades-fins, não sendo legítima essa transferência para o setor privado. Tal versão mostra o desvio de finalidade das normas indutoras, em princípio arquitetadas para responder ao interesse público, e da captura da coisa pública pela entidade privada NGPD” (p.16). “Como o NGPD não tem quadros especializados capazes de responder a uma atividade de planejamento urbano desse porte e complexidade, a solução foi esse Núcleo exercer uma função de intermediação, ou seja, a contratação de empresas privadas especializadas, com fins lucrativos, para desenvolvê-la” (ALBUQUERQUE; LACERDA, 2017, p.17).

Fig.110 – tecnologia, patrimônio, cultura



Fonte: autor. Adaptado de Google Earth

Fig.111 – conexão: tecnologia, patrimônio, cultura



Fonte: autor. Adaptado de Google Earth

7. CONCLUSÃO

Assim como a importância da criatividade no desenvolvimento econômico não constitui fato novo, a Economia Criativa não constitui um rompimento radical das práticas econômicas “tradicionais”. Porém, a convergência de fatores que contribuíram para transformações na sociedade contemporânea – a globalização, o surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação, a fragmentação das cadeias produtivas – sugerem a formação de uma nova lógica econômica fomentadora de novas profissões e de novos modelos de organização de negócios sobre valores tangíveis e intangíveis (com ou sem fins lucrativos), “fortemente respaldada pela expansão do conceito de cadeia setorial para o de redes de valor integradas, por processos colaborativos e pela valorização das singularidades locais” (REIS, 2011, p.273).

O presente estudo procurou, com base em autores diversos, além de documentos, leis, artigos, estudo de casos e entrevista, o entendimento dessa nova ordem econômica global, através da análise dos conceitos e do papel da criatividade e da inovação na gênese da Economia Criativa como elementos impulsionadores de seu surgimento; e de seu reatamento na transformação do espaço urbano quando da inserção dos setores que se enquadram nas chamadas “indústrias criativas” em territórios específicos, através dos Arranjos Produtivos Locais ou *clusters* criativos.

O ponto de partida desta pesquisa se deu pelo interesse em compreender o processo de implantação do cluster Porto Digital no Bairro do Recife e seu potencial de transformação daquele território.

No capítulo 2 foi analisado, à luz dos debates, conceitos e referenciais teóricos sobre criatividade, inovação e empreendedorismo, a formação da Economia Criativa.

As transformações vivenciadas na sociedade contemporânea, a partir da década de 1970, por uma confluência de fatores, como a globalização dos mercados, o surgimento de novas mídias e, sobretudo, pela valorização do conhecimento como

ativo econômico (REIS, 2011), foram refletidas diretamente no mercado de trabalho e nos sistemas de produção/distribuição de bens tangíveis e intangíveis.

Esse novo paradigma de desenvolvimento econômico e, por consequência, social, reconhece a criatividade, a inovação e o novo empreendedorismo como novos vetores de transformação.

No capítulo 3 foi analisada a formação do conceito de “cidade criativa”, que surgiu como rebatimento do conceito de Economia Criativa no espaço urbano (REIS, 2011; 2012). A aplicação dos conceitos de EC e de indústrias criativas, a partir de políticas públicas específicas, profundas e duradouras, tendem a transformar as cidades num caminho de sustentabilidade, inclusão, integração social e desenvolvimento econômico. Nesse capítulo também foram observadas as experiências vivenciadas nas cidades de Bogotá e Medellín, na Colômbia, que adotaram políticas nacionais e locais pautadas na promoção de seus potenciais criativos, no investimento em infraestruturas e, sobretudo, na inserção da cultura cidadã.

No capítulo 4 foi aprofundada a análise sobre o desenvolvimento dos *clusters* criativos (físicos ou virtuais) nas cidades. Independentemente da escala ou situação socioeconômica dessas localidades, estes aglomerados produtivos podem, além do favorecimento de uma maior interação entre setores específicos, estimular a troca de conhecimento entre as empresas criativas e outros setores, unindo seus esforços na prospecção de novos mercados e compartilhamento dos serviços de gestão (REIS, 2012).

Nesse capítulo foi mostrado que os *clusters* criativos se apresentam como importantes elementos capazes de alavancar processos de regeneração social e urbana de áreas em transformação como elementos-chave na geração de novas funções do espaço urbano. Apesar de o desenvolvimento local não poder ser reduzido exclusivamente à promoção dos *clusters*, é possível considerá-los como alternativa importante para a renovação de territórios de certas cidades, constituindo uma nova estratégia produtiva na “nova” economia do século XXI (LEITE; AWAD, 2012).

A seguir, foram analisados a formação, o desenvolvimento e a repercussão de iniciativas com escalas e contextos diferentes, que trazem questões como renovação urbana, diversidade de usos, modernização de infraestrutura, qualificação profissional e geração de empregos de qualidade, transformando o território e instigando sua população à sua apropriação.

No capítulo 5 foi analisada a aplicação dos conceitos abordados no desenvolvimento e implantação do *cluster* Porto Digital – “caracterizado por um conjunto de leis como uma Organização Social (OS) governada por uma Hélice Tríplice representada pelo Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD) e o seu Conselho de Administração, onde atuam os atores envolvidos” (SILVA, 2014, p.92) – no histórico Bairro do Recife.

Foram feitos dois recortes: o primeiro sobre o Bairro do Recife, sua formação, seu espírito empreendedor e suas histórias, até o surgimento do Porto Digital no ano 2000; e o segundo sobre a estrutura do Porto Digital, sua relação com o território e suas diretrizes para o futuro.

Recife caracteriza-se como um grande polo multicultural, símbolo de uma cultura ligada às mais diversas tradições e costumes, onde existe ampla variedade de nichos e forças criativas a serem capturadas e desenvolvidas. A cidade apresenta vantagens competitivas evidentes nas “indústrias criativas”; talentos diversificados e voltados à produção de conhecimento; eventos locais e nacionais de magnitude; oferta cultural e de equipamentos culturais de qualidade. Concentra profissionalismo e dinamismo em seus circuitos comerciais, serviços de excelência, polos tecnológicos e culturais, podendo se tornar “criativa” quando lançadas as condições necessárias à formação de um ambiente favorável a seus setores criativos ao se valer de políticas públicas estruturantes e que conectem todos esses agentes, complementadas pelo reconhecimento dado aos vários valores de sua criatividade e ao de sua gente.

A partir da decisão da implantação do Porto Digital no Bairro, com suas políticas de desenvolvimento de TIC e EC e revitalização/requalificação do patrimônio histórico ali presente, torna-se a ele vinculado (subjektivamente) o papel de criador de um

ambiente inovador e direcionador de políticas públicas coerentes e de longo prazo que incorporem o desenvolvimento sociocultural, econômico e urbano, primeiramente em seu território, vislumbrando uma radiação para toda a cidade.

Se Pernambuco de forma geral e sua capital Recife especificamente é reconhecidamente um dos centros culturais mais expressivo do país, com um vasto contingente criativo e com as oportunidades que já se apresentam, pode-se imaginar a expansão criativa que a cidade pode obter caso tenham investimentos massivos num sistema de cultura de ensino e profissionalização avançados, com adequação curricular às novas profissões surgidas a partir dos setores criativos; em políticas públicas de longo alcance voltadas a economia criativa; em políticas de habitação e desenvolvimento social; na preservação de seu patrimônio histórico e cultural; num sistema de transporte público integrado; entre outros fatores fomentadores do desenvolvimento social e do empreendedorismo. O Porto Digital, por sua competência e status conquistado, pode ser o principal fomentador dessas ações.

No sexto capítulo foi levantado que resultados econômicos, culturais e sociais são alentadores em países e cidades que se mostraram receptivos e atentos à economia criativa em suas políticas públicas. Fica claro porém, que, apesar da implantação de equipamentos “criativos” como elementos de transformação socioeconômica, questões como o baixo nível educacional especializado; a carência de conexões (seja pela ausência de internet pública gratuita ou pela dificuldade de transporte público); a falta de acesso a empregos qualificados; a concentração de equipamentos culturais de grande relevância num mesmo local; e a ausência ou descontinuidade de políticas públicas setoriais com a implementação de projetos sociais ou de renovação urbana, limitam a capacidade de transformar criatividade em inovação na cidade.

Essa pesquisa se propôs, enfim, a analisar e estabelecer uma relação entre a aplicação dos conceitos de Economia Criativa e indústria criativa na implantação de agrupamentos criativos, e o desenvolvimento socioeconômico e urbano no território em que são implantados - sobretudo após a investigação da estrutura atual do Bairro do Recife após a implantação do Porto Digital e do status alcançado por este - de modo que seu espírito inovador possa se estabelecer como elemento transformador

das cidades a partir de posicionamentos que envolvem o poder público, o novo empreendedorismo, a academia, entre outros atores, Sua aplicabilidade buscou propiciar um maior entendimento a cerca desses fenômenos organizacionais relacionados a temas contemporâneos como economia criativa, indústrias criativas, cidades criativas e *clusters* criativos.

As discussões sobre estes temas são relativamente recentes e não consensuais por seu caráter amplo e dinâmico. Além dos diferentes posicionamentos dos autores que estudam esses conceitos, as dificuldades para a elaboração de uma pesquisa que envolve a análise de elementos locais específicos (estudo de casos) se relacionam com a coleta e disponibilização de alguns dados no processo investigativo, por envolver uma série de sistemas públicos e privados nem sempre publicamente divulgados.

Dessa forma, alcançado o primeiro objetivo, a pesquisa também espera contribuir para o surgimento de novos estudos e debates no campo acadêmico e profissional sobre novos caminhos para o aperfeiçoamento de análises e diretrizes (políticas públicas) que visem o desenvolvimento das cidades num enfoque “criativo”.

As cidades são as construções culturais e sociais mais complexas da humanidade, e em sua base encontramos o ideal de melhorar as condições de vida dos seres humanos e sua relação com a natureza. É uma fabricação coletiva que muda, transforma-se e moderniza-se, sem deixar por isso de reescrever-se, incorporando a história para construir esse lugar de pertinência compartilhada entre passado, presente e futuro.

Esta construção deveria tender a ser mais inclusiva, mais respeitosa, menos segregada. Não obstante, vemos como a cidade é vista e considerada por muitos como um objeto de compra e venda, de concepção rápida, linear, simples... Um objeto financeiro... Que grande erro!

Nossa reflexão não é romântica e sim muito realista, a cidade fragmentada, na qual se esquece do papel de lugar herdado, compartilhado, e a deixar para as seguintes gerações, não é útil nem sequer do ponto de vista imobiliário. São visões de curto prazo as que estão destruindo estes lugares, destruindo o ontem, para hoje e deixando-nos sem amanhã..."

José Maria MONTANER
Zaida MUXÍ

Texto de apoio ao #OCUPEESTELITA (01/12/2014)

REFERÊNCIAS

ACCENTURE. **Accenture**. Disponível em: <http://www.accenture.com>

ALBUQUERQUE, I.; LACERDA, N. **Normas indutoras e interesse público: o Porto Digital (Bairro do Recife) e a captura da coisa pública**. In: XVII ENANPUR, São Paulo, 2017. Disponível em: http://anpur.org.br/xviienanpur/principal/publicacoes/XVII.ENANPUR_Anais/ST_Sessoes_Tematicas/ST%202/ST%202.1/ST%202.1-04.pdf

ALCADIA MAYOR DE BOGOTÁ. **Plan Distrital de Desarrollo 2016-2020 Bogotá mejor para todos t.1**. Bogotá: Secretaria Distrital de Planeación, 2016.

ALCADIA DE BUCARAMANGA. **Síntese del Plan Maestro de Espacio Público de Bucaramanga**. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 2018.

ALVES, L. **Quanto vale a história de uma cidade?** In: Direitos Urbanos | Recife, 23/09/2014. Disponível em: <http://www.direitosurbanos.wordpress.com/tag/patrimonio-industrial/>

ANPROTEC. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores**. Disponível em: <http://www.anprotec.org.br>

AUXILIAR, M^a.J. **O Modelo Triple Helix – As relações entre a Universidade de Coimbra e a indústria**. 2010. Dissertação (Mestrado em Economia Local) – Universidade de Coimbra, Coimbra, 2010. Disponível em: https://www.edisciplinas.usp.br>pluginfile.php>mod_folder>content>Triple%20Helix-Universidade-Industria-Mestrado-EC%20.pdf

AZEVEDO, M. **A fábrica agora é de lazer**. Jornal do Commercio, Recife, p.17, 08/12/2019.

BARATTO, R. **Como fazer cidades: o modelo de Medellín**. Jun. 2013. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/01-122788/como-fazer-cidades-o-modelo-de-medellin>

BARATTO, R. **Urbanismo Pop!**. Out. 2013, não paginado. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/01-144002/urbanismo-pop>

BARBOSA, M. **Porto Digital de olho no capital privado**. In: Folha PE / Economia. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/economia/economia/economia/2018/11/01/nws,86199,10,550,economia,2373-porto-digital-olho-capital-privado.aspx>

BELLEFLAME, P.; LAMBERT T.; SCHWIENBACHER, A. **Crowdfunding: Tapping The Right Crowd**, 2011. Disponível em: http://www2.dse.unibo.it/dsa/seminar/610/crowdfunding_BLS_13Feb2011.pdf

BENDASSOLLI, P.; WOOD JR, T. **Indústrias Criativas e a virada cultural**. 2006. 42p. Disponível em: <https://www.pedrobendassolli.com/pesquisa/artigo2.doc>

BENDASSOLLI, P.; WOOD JR, T.; KIRSCHBAUM, C.; PINA E CUNHA, M. **Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades**. In: RAE, v.49, n° 1, jan/mar 2009, p.10-18, São Paulo. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>

BERTACCHINI, E. Da regeneração urbana à cidade criativa: o papel das políticas culturais na cidade de Turim. *In*: REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.70-76. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BONNIN, J.L. Nantes, uma cidade criativa? *In*: REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.94-105. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

BRASIL. Lei nº 16.731, 27 de Dez. 2001. **Lei Orçamentária**. Recife, PE, Dez. 2001. Disponível em: <https://www.leismunicipais.com.br/a1/pe/r/recife/lei-ordinaria/2001/1673/16731/lei-ordinaria-n-16731-2001-autoriza-o-poder-executivo-a-dar-apoio-financeiro-a-fundo-perdido-a-empresas-produtoras-de-tecnologias-da-informacao-e-servicos-associados-ambito-do-projeto-do-plano-de-revitalizacao-da-zona-especial-do-patrimonio-historico-cultural-09-sitio-historico-do-bairro-do-recife>

BRITO, M. **Pressupostos da reabilitação urbana de sítios históricos no contexto brasileiro**. *In*: *arquitectos* 033.01, fevereiro 2003. Disponível em: <https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitectos/03.033/705>

CÂMARA, A. *et al.* **Plano Centro Cidadão**, v.3. Recife: UNICAP, 2018.

CAMPOS, C.R.; NAKANO, T.C.; RIBEIRO, W.J.; SILVA, T.F. **Criatividade e Inovação: uma revisão da produção científica no Brasil**. *In*: *Revista Faculdades do Saber, Mogi Guaçu*, 01(2), 2014, p.168-179. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/27956982>

CARVALHO, I. **Como 4 cidades brasileiras estão impulsionando a inovação no país**. *In*: *StartSe*, 14 de junho de 2019. Disponível em: <https://www.startse.com/noticia/nova-economia/65688/cidades-startups-inovacao-brasil>

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CAVALCANTI, M. (organizador). **As lições de Bogotá e Medellín: do caos à referência mundial**. Recife: INTG, 2013.

CAVAN, G.; KAZMIERCZAK, A. **Sustainable urban design under a changing climate: Oxford Road Corridor in Manchester, UK**. *In*: The 5th International Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU), Singapore, 2011. Disponível em: <https://www.ifou.org/globalvisions2011/Index/Group%202/FOUA00102-00241P2.pdf>

CEDEZO. **Cedezo**. Disponível em: <http://www.cedezocentro.blogspot.com>

C.E.S.A.R. **C.E.S.A.R**. Disponível em: <http://www.cesar.org.br>

COMPANS, R. **Intervenções de Recuperação de Zonas Urbanas Centrais: experiências nacionais e internacionais**. *In*: *EMURB Caminhos para o centro*, São Paulo, 2004, p. 26-60. Disponível em: <https://www.cebrap.org.br/wp-content/uploads/2017/03/08Rose-Compans.pdf>

CÓRDULA FILHO, R. **Caminhos de pedra: calçadas do Bairro do Recife**. Recife: Prefeitura. Departamento de Preservação dos Sítios Históricos. Tanahlot, 2000.

CORREIA, M.M. **Cidades Criativas. Criação de um cluster criativo na região Norte de Portugal**. *In:* 5ª Cidade, novembro 2009. Disponível em: <https://www.5cidade.wordpress.com/2009/11/19/cidades-criativas-criacao-de-um-cluster-criativo-na-regiao-norte-de-portugal/>

DANTAS, L. O Recife, várias visões. *In:* SOUTO MAIOR, M.; DANTAS, L. (org.). **O Recife – quarto séculos de sua paisagem**, p.9-25. Recife: Editora Massangana, 1992.

DANTAS, R. **Futuro dos bairros de São José e Santo Antônio em debate**. *In:* Revista Algomais, 29/01/2019. Seção Gente & Negócios. Disponível em: <http://www.revista.algomais.com/urbanismo/futuro-dos-bairros-de-sao-jose-e-santo-antonio-em-debate>

DANTAS, R. **Inovações criativas modificam espaço urbano no Recife**. *In:* Revista Algomais, 16/10/2019. Seção Gente & Negócios. Disponível em: <http://www.revista.algomais.com/urbanismo/inovacoes-criativas-modificam-espaco-urbano-no-recife>

DE HALLEN. **De Hallen**. Disponível em: <https://www.dehallen-amsterdam.nl>

DIAS, F. **O desafio do espaço público nas cidades do século XXI**. *In:* arquitextos 061, texto especial 312, junho 2008. Disponível em: <https://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp.312.asp>

DOMINGUES, J.; LIMA, T.; ANDRADE, M.E.; PINTO, E. A trajetória do Porto Digital enquanto política pública: em busca de condicionantes e impactos. *In:* GREGO, A. M. (org.). **Mídia e Cultura Contemporâneas: Série Linguagem**, v.3, p.49-67. Porto Alegre: Editora Fi, 2018. Disponível em: <http://www.editorafi.org>

DUFFY, V.C.; RAMOS, M.S. **O desafio de transformar a criatividade em inovação: o caso do Rio Criativo**. *In:* IJKEM/UFSC, v.3, nº 5, 2014, p.242-258. Disponível em: <http://www.incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJKEM/article/view/2685>

Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana (1995). **Carta de Lisboa Sobre a Reabilitação Urbana Integrada**. Disponível em: https://www.culturante.pt/fotos/editor2/1995__carta_de_lisboa_sobre_a_reabilitação_urbana_integrada-1%C2%BA_encontro_luso-brasileiro_de_reabilitacao_urbana.pdf

ENDEAVOR. **Índice de Cidades Empreendedoras. Brasil 2017**. Disponível em: <https://www.endeavor.org.br>

ENDEAVOR. **Scale-ups no Brasil (2020)**. Disponível em: <https://www.endeavor.org.br>

ETZKOWITZ, H; CHUNYAN, Z. **Hélice Tríplice: Inovação e Empreendedorismo Universidade-Industria-Governo**. *In:* Estudos Avançados, v.31, nº 90, 2017, p.23-48. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v31n90/0103-4014-ea-31-90-0023.pdf>

ETZKOWITZ, H; LEYDESDORFF, L. **The Triple Helix of University-Industry-Government Relations**. *In:* Scientometrics, v.58, 2003, p.191-203. Disponível em: <http://www.link.springer.com/article/10.1023/a:1026276308283>

FÁBRICA BHERING. **Fábrica Bhering**. Disponível em: <https://www.fabricabhering.com.br>

- FARR, D. **Urbanismo Sustentável: desenho urbano com a natureza**. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- FAUSTINO, P. **Fundamentos e desenvolvimentos do conceito de indústrias criativas e clusters**. In: FAUSTINO, P. (Coordenador). *Indústrias Criativas, media e clusters: política, desenvolvimento, mercado regiões, produções, estratégias*. Porto: Media XXI, 2013.
- FELIPE, E. **Chico Saboya e o Porto Digital no Recife: tudo que você precisa saber sobre o polo tecnológico**. In: Draft, 14/07/2016. Disponível em: <http://www.projetodraft.com/chico-saboya-e-o-porto-digital-no-recife-tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-o-polo-tecnologico/>
- FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002.
- FLORIDA, R. **Cities and the Creative Class**. 2003. Disponível em: <https://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/4%20Cities%20and%20the%20Creative%20Class.pdf>
- FONSECA, A.C. **Economia criativa e cidade criativa**. 2016. Disponível em: <http://www.arqsc.com.br/site/economia-criativa-e-cidade-criativa-por-ana-carla-fonseca/>
- FUNDAÇÃO SERRALVES *et al.* Estudo Macroeconômico. **Desenvolvimento de um cluster de indústrias criativas na Região do Norte**. Porto, 2008. Disponível em: <http://www.serralves.pt/fotos/editor2/inserralves/Estudo%20Macroeconomico%20Desenvolvimento%20de%20um%20Cluster%20de%20Industrias%20Criativas%20da%20Regiao%20do%20Norte.pdf>
- FURTADO, G.; ALVES, S. **Cidades Criativas em Portugal e o papel da Arquitetura: mais uma estratégia a concertar**. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 99, setembro 2012, p.125-140. Disponível em: <https://www.journals.openedition.org>
- GEHL, J. **Cidades para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2013, 2.ed.
- GHIONE, R. **Transformação social e urbanística de Medellín**. In: *minha cidade* 166.07, maio 2014. Disponível em: <https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/minhacidade/14.166.5177>
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002, 4ª ed.
- GODOY, A.S. **Pesquisa Qualitativa. Tipos fundamentais**. In: *RAE – Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v.35, nº 3, 1995, p.20-29. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/24622>
- GONÇALVES JR, E. **Inovação e Pseudoinovação: concepção e aplicação das ideias**. Goiânia: Editora Abeu, 2011.
- GUATELLI, I. **Arquitetura dos entre-lugares: sobre a importância do trabalho conceitual**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.
- HALL, S. **Da Diáspora: identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2011.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HAZAN, V. **O papel dos ícones da contemporaneidade na revitalização dos grandes centros urbanos.** *In:* *arquitectos* 041, outubro 2003. Disponível em: <https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitectos/04.041/645>

HERTZBERGER, H. **Lições de Arquitetura.** São Paulo: Martins Fontes, 2015, 3ª ed.

HOWKINS, J. **Economia Criativa: Como ganhar dinheiro com ideias criativas.** São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2001.

IN LOCO. **In Loco Media.** Disponível em: <http://www.inloco.com.br>

ITBC – SOFTEX RECIFE. **Softex Recife.** Disponível em: <http://www.softexrecife.org.br>

JACOBS, J. **Morte e vida nas grandes cidades.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011, 3ª ed.

JAGER, G.F. **Economia Criativa e Seus Indicadores: Uma proposta de índice para as cidades brasileiras.** 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-19032015-165137/publico/dissertacao_george_jager.pdf

JUMP BRASIL. **Jump Brasil.** Disponível em: <http://www.jumpbrasil.com>

KAGEYAMA, P. Cidade Criativa. *In:* REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.54-59. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

KLAUS, V.S.; PINHEIRO, P.; BESSI, G. **Economia criativa e gestão da criatividade: o processo criativo nas comunidades de prática.** *In:* *Temática*, v.11, nº 6, 2015, p.153-169. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/24622>

LACERDA, N. **Intervenções no Bairro do Recife e no seu entorno: indagações sobre sua legitimidade.** *In:* *Sociedade e Estado*, Brasília, v.22, nº 3, 2007, p.621-646. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v22n3/06.pdf>

LANDRY, C.; BIANCHINI, F. **The Creative City.** London: Demos in association with Comedia, 1995.

LANDRY, C. Cidade Criativa: A história de um conceito (prefácio). *In:* REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.7-15. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

LANDRY, C. **Origens e futuros da cidade criativa.** São Paulo: SESI-SP Editora, 2013.

LEITE, C.; AWAD, M. **Cidades sustentáveis, cidades inteligentes: desenvolvimento sustentável num planeta urbano.** Porto Alegre: Bookman, 2012.

LEITE, R. **Patrimônio e enobrecimento no Bairro do Recife.** *In:* *Revista CPC*, São Paulo, v.1, nº 2, 2006, p.17-30. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/cpc/article/view/15587>

LERNER, J. Qualquer cidade pode ser criativa. *In:* REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.38-43. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

LIMA, J.; MUTA, J. **Três novas unidades do COMPAZ serão construídas no Recife.** Blog da Folha, dez. 2018. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/politica/politica/recife/2018/12/17/BLG,8931,7,745,POLITICA,2419-TRES-NOVAS-UNIDADES-COMPAZ-SERAO-CONSTRUIDAS-RECIFE.aspx>

LINS, A.M.; QUEIROGA, M.J. **Desafios e descompassos de uma cidade rumo à indústria criativa.** In: Tríade, Sorocaba, v.7, n° 14, 2019, p.53-73. Disponível em: <http://www.doi.org/10.22484/2318-5694.2019v7n14p53-73>

LORETO, M. **Intervenções Urbanas no Bairro do Recife: Da cidade mercantil à cidade mercantilizada.** 2014. Monografia (Especialização em Política Planejamento Urbano) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://www.pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/5480/1/MKLoreto.pdf>

LUBAMBO, C. **O bairro do Recife: entre o Corpo Santo e o Marco Zero.** Recife: CEPE/Fundação de Cultura Cidade do Recife, 1991.

LX FACTORY. **LxFactory.** Disponível em: <https://www.lxfactory.com>

LYNCH, K. **A imagem da cidade.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011, 3ª ed.

MAKERSPACE. **Makerspace Playbook.** 1º ed. [S.l.]: [s.n.], 2013. Disponível em: <https://www.makered.org/wp-content/uploads/2014/09/Makerspace-Playbook-Feb-2013.pdf>

MEGIDO, V.F. (organizador). **A Revolução do Design: conexões para o século XXI.** São Paulo: Editora Gente, 2016.

MELGUIZO, J. Medellín, uma Cidade Criativa. In: REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.44-49. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

MENDONÇA, L. **Recife Mascate: A aventura empreendedora lusa na primeira metade do século XX.** Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

MESSIAS, F. **O Pentagrama da sustentabilidade na visão da Economia Criativa: um estudo da Economia Criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil.** 2017. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: https://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/31461/1/2017_FernandaBocornyMessias.pdf

MILLER, P.; BOUND, K. **The Startup Factories: The Rise of Accelerator Programmes to Support New Technology Ventures.** Londres: Nesta, 2011.

MINISTÉRIO DA CIDADANIA. **Secretaria Especial da Cultura.** Disponível em: <http://www.cultura.gov.br>

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014.** Brasília, 2011. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2011/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa, uma opção de desenvolvimento.** Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: http://www.unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf

NEWBIGIN, J. A **Economia Criativa: Um Guia Introdutório**. Série Economia Criativa e Cultural / 1, 2010. British Council. Disponível em: https://www.creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf

OLIVEIRA, L.; PEREIRA, S.; OLIVEIRA FILHO, J. **Relação Porto / Cidade: O caso do Porto do Recife, Pernambuco - Brasil**. Revista CCCSS *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 2017, não paginado. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/01/porto.html>

OLIVEIRA, J.M.; ARAÚJO, B.C.; SILVA, L.V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Brasília: IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: https://www.repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf

PINTO, G.J. **Planejamento Estratégico e City Marketing: A nova face das cidades no final do século XX**. In: Caminhos de Geografia, Uberlândia, 2(3)17-22, p.18-22, 2001. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/download/15256/8557>

PINTO, L.C. **Bairro do Recife 100 anos depois: História de vencidos e de esquecimento**. Marco Zero, 2015, não paginado. Disponível em: http://www.marcozero.org/bairro-do_recife-100-anos-depois/

PLAYTOWN. **Playtown**. Disponível em: <https://www.playtownrec.com.br>

PREFEITURA DO RECIFE. **Centro Comunitário da Paz – COMPAZ Governador Eduardo Campos**, 2016. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/18/05/2016/centro-comunitario-da-paz-compaz-governador-eduardo-campos>

PREFEITURA DO RECIFE. **Conheça o COMPAZ, a fábrica de cidadania do Recife**, 2017. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/pagina/conheca-0-compaz-fabrica-de-cidadania-do-recife>

PREFEITURA DO RECIFE. **COMPAZ é apontado como exemplo a ser seguido durante palestra sobre segurança pública**, 2018. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/noticias/09/11/2018/compaz-e-apontado-como-exemplo-ser-seguido-durante-palestra-sobre-seguranca>

PONTUAL, V. **Tempos do Recife: Representações culturais e configurações urbanas**. In: Revista Brasileira de História, São Paulo, v.21, nº 42, 2001, p.417-434. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbh/v21n42/a08v2142.pdf>

PORTER, M. **Clusters and the New Economics of Competition**. Rio de Janeiro: Harvard Business Review, 1998. Disponível em <https://www.hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>

PORTO DIGITAL. **Porto Digital**. Disponível em: <https://www.portodigital.org>

PORTO DE SUAPE. **Porto de Suape**. Disponível em: <http://www.suape.pe.gov.br>

PORTO DO RECIFE. **Porto do Recife**. Disponível em: <http://www.portodorecife.pe.gov.br>

PORTO MARAVILHA. **Porto Maravilha**. Disponível em: <https://www.portomaravilha.com.br>

REIS, A.C. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/economia-criativa-como-estrategia-de-desenvolvimento-uma-visao-dos-paises-em-desenvolvimento>

REIS, A.C. **Cidades Criativas – análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. 2011. Tese (Doutorado em Arquitetura) - Universidade de São Paulo – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/pt-br.php>

REIS, A.C. Micro e pequenas empresas no cenário brasileiro – desafios e oportunidades. *In*: REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.162-168. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011(2). Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

REIS, A.C. **Cidades Criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI-SP Editora, 2012. E-Book.

REIS, A.C. **Cidades Criativas – conexões, inovações e cultura**. Disponível em: <https://www.cultura.rj.gov.br/curso-gestores-agentes/textos/cidadescriativas.pdf>

REIS, A.C; KAGEYAMA, P. (organizadores). **Cidades Criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

REYNALDO, A. **As catedrais continuam brancas**. Recife: Cepe, 2017.

RIBEIRO, C.A. **Reabilitação Urbana e Sustentabilidade – Lx Factory: um exemplo de reabilitação sustentável na cidade de Lisboa**. 2012. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Universidade Técnica de Lisboa – Faculdade de Arquitetura, Lisboa, 2012. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/5817>

ROGERS, R. **Cidades para um pequeno planeta**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 2001.

ROSA, A.B. **As lições de Medellín, na Colômbia, para lidar com as desigualdades de nossas cidades**. Jun. 2016. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2016/06/17/as-licoes-de-medellin-na-colombia-para-lidar-com-as-desigualda_a_21688012

SANT'ANNA, L. **Como Medellín virou cidade-modelo que está vencendo o crime**. Revista Exame, 2017. Disponível em: <https://www.exame.abril.com.br/revista-exame/menos-violenta-e-mais-prospera/>

SEBRAE. **Negócios, Cultura e Criatividade: guia para empreender na economia criativa**. Recife: SEBRAE, 2015.

SILVA, A. **O Processo Regulador na (Re)conversão de um Arranjo Produtivo Local: o caso do Portomídia – Centro de Empreendedorismo e Tecnologia da Economia Criativa**. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014. Disponível em: <https://www.repository.ufpe.br/handle/123456789/11559>

SILVA, L.H. **A Verticalização do Espaço Urbano: o caso do bairro do Prado, Recife - PE**. 2008. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008. Disponível em: <https://www.repository.ufpe.br/handle/123456789/6373>

SILVEIRA, S.; BENKLER, Y. et al. **Comunicação digital e a construção dos commons: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

SIMÕES, K. **A criação que sai do papel e vira inovação**. In: Valor Econômico, 30/06/2016. Disponível em: <http://www.valor.com.br/empresas/4619079/criacao-que-sai-do-papel-e-vira-inovacao>

SPECK, J. **Cidade caminhável**. São Paulo: Perspectiva, 2016.

STAKE, R.; EASLEY, J.A. **Case studies**. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. 2. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2000.

TANSCHKEIT, P. **Espaços Públicos: a transformação urbana com a participação da população**. 2017. Disponível em https://www.archdaily.com.br/br/875364/espacos-publicos-a-transformacao-urbana-com-a-participacao-da-populacao?utm_source=Whatsapp&utm_medium=IM&utm_campaign=share-button

THE CORRIDOR. **Oxford Road Corridor**. Disponível em: <https://www.oxfordcorridor.com>

VARGAS, T. **A Rua de Miguel Bombarda como cluster criativo e lugar de experiência com a arte contemporânea**. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Porto – Faculdade de Letras, Porto, 2011. Disponível em: <https://www.repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/67057>

VASCONCELLOS, L.; MELLO, M.C. **Terminologias – em busca de uma identidade**. In: Revista de Arquitetura e Urbanismo, Salvador, v.6, nº 1, 2003, p.60-63. Disponível em: <https://www.portalseer.ufba.br/index.php/rua/article/view/3232/2350>

VAZ DE MELO, G.; PAIVA, G. **Desenvolvimento e potencial de clusters criativos para as cidades médias brasileiras**. In: Nova Economia, v.26, nº especial, 2016, p.1287-1315. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/neco/v26nspe/0103-26-6351-neco-26-spe-1287.pdf>

WANIS, A. **A economia criativa e o urbanismo culturalizado: as políticas culturais como reuso**. In: Lugar Comum, nº43, 2015, p.117-128. Disponível em: https://www.uninomade.net/wp-content/files_mf/142646181400A%20economia%20criativa%20e%20o%20urbanismo%20culturalizado%20-%20Amanda%20Wanis.pdf

WILLS, A. Cidades Criativas – construindo sobre o que já aprendemos. In: REIS, A.C.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades Criativas: perspectivas**, p.116-123. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br>

22@BARCELONA. **22@Barcelona**. Disponível em: <https://www.22barcelona.com>

22@BARCELONA PLAN. **22@Barcelona Plan – a programme of urban, economic and social transformation**. Ajuntament de Barcelona, 2012. Disponível em: <http://www.pt.slideshare.net/theurbanvision/22english>

APÊNDICE

Entrevista com o Sr. Alcides Niceas Pires, Presidente da Softex nacional, conselheiro do Porto Digital e da ARIES – Agência Recife de Inovação e Estratégia, realizada em 14/10/2019, na sede da Midiavox, Recife – PE.

MARCO TEÓRICO

P- Os Arranjos Produtivos Locais (APL), inclusive os arranjos institucionais ligados aos setores criativos, não eram novidade no início dos anos 2000, quando se instalou o Porto Digital no Bairro do Recife. Qual a inspiração que deu forma ao Porto Digital? Quais suas referências e marcos teóricos?

R- Vamos começar falando um pouco da base teórica. O Porto Digital é baseado numa ideia de Tríplice Hélice: uma combinação de governo, academia e negócios que somente juntos conseguem produzir os melhores resultados. Não é uma coisa nova, já existia. A referência natural é o Vale do Silício nos EUA que começou com a Universidade de Stanford, sob suporte do governo da Califórnia e a existência de algumas empresas, até porque, na época, a Universidade de Stanford, talvez de forma inovadora, incentivava que os alunos empreendessem, criassem seus próprios negócios. No caso do Vale do Silício, não teve a teoria embasando, eles construíram casualmente e a Tríplice Hélice foi estudada em cima do fenômeno lá ocorrido. Mas eu sei, também, que, para o caso do Porto Digital, foi estudado o fenômeno de Austin, no Texas, que também criou um ecossistema de inovação baseado na Tríplice Hélice e num conjunto de outras características menores, ou não tão centrais quanto essa combinação de empresas, governo e academia que fazem com que isso funcione. Um deles, que eu considero essencial, é o espírito de comunidade, coisa que não é muito forte aqui no Brasil, mas que você, quando me descreveu o que vê no Porto Digital e no Bairro do Recife, você percebe isso, um espírito de comunidade.

P- Ao se visitar o Bairro do Recife hoje, têm-se a percepção de um lugar diferente dentro de nossa cidade. Uma ilha. Os letreiros indicam espaços e negócios

diferentes, as pessoas que ali circulam parecem diferentes. O Porto Digital – algo “diferente” para a maioria da população da cidade – é o responsável por esse sentimento?

R- Como parte do sucesso do Porto Digital, fugindo um pouco da referência teórica, o recifense considera dois lugares como “seus”, independentemente de onde ele more na cidade: um é a praia de Boa Viagem e outro é o Bairro do Recife. Existe uma sensação de que você é proprietário daquilo ali. Daí teve, de fato, a decisão de fazer o Porto Digital no Bairro de Recife de forma diversa do que costuma acontecer nos parques tecnológicos do mundo afora, que é fazer um parque tecnológico agregado a uma universidade. E ao fazer isso, a opção pelo Bairro do Recife juntava uma oportunidade, um grande problema, que era dar ao bairro uma atividade sustentável do ponto de vista econômico e não só uma atividade noturna e turística, mas algo que realmente desse vida ao bairro de forma sustentável.

O fato é que esse trabalho de estabelecimento de uma concentração, do ponto de vista econômico também tem uma teoria que trata dos APL (arranjo produtivo local) cuja origem vem da década de 50 do século passado de um conglomerado industrial, ou seja, uma área onde várias empresas que tenham atividades semelhantes se beneficiam dessa proximidade, seja porque passa a ter uma infraestrutura que se oferece ao mesmo tempo para várias pessoas, a formação de pessoal especializado, um *cluster*. Então essas coisas misturadas formaram esse “caule”.

Inicialmente, o Porto Digital foi pensado como um Centro de Tecnologia da Informação e aí volta essa questão de Austin, no Texas, que já tinha na sua origem a parte de Economia Criativa. Essas duas coisas interagem muito, ou seja, muita coisa da economia criativa usa tecnologia e a tecnologia se apropria da economia criativa para a produção de seus produtos e serviços. E aí, alguns anos atrás, houve uma decisão do então conselho do Porto Digital de incorporar a economia criativa como parte do seu foco, e aí o Porto Digital fez alguns investimentos, principalmente na área de imagem e som. Na área de som, a realização de um festival de música teve uma repercussão, inclusive internacional, forte, que um pouco marcou a chegada da economia criativa.

RECURSOS

P- O Porto Digital, para sua implantação, teve um aporte financeiro por parte do Governo do Estado. Quais as fontes de recursos que hoje mantêm a estrutura?

R- O Núcleo de Gestão do Porto Digital é uma organização privada, mas é uma Organização Social e como tal, a legislação prevê que ela pode executar políticas públicas de forma não exclusiva, por exemplo, nesse caso a Política Pública é de geração de emprego e renda na área de tecnologia e, posteriormente, de economia criativa. Então o Porto Digital tem a capacidade de receber recursos federais, estaduais e municipais para executar essa Política Pública e, além do mais, também recebe investimentos privados de fundações interessadas em financiar esse tipo de projeto. Por exemplo, o Porto Digital fez um investimento em uma sala de finalização de cinema que é um equipamento de uso aberto único na América Latina - os outros dois que são daquele nível são de duas televisões, a TV Globo e outra tv mexicana, ambos de uso restrito. Parte da qualidade, da propaganda e do cinema pernambucanos vêm da utilização daquela sala de finalização do Portomídia. O Porto Digital não presta serviço de finalização, ele aluga os equipamentos e a sala para que alguém faça isso. Mas para que alguém use aquilo ali, precisa formar gente, então o Porto Digital articulou a formação de pessoal no uso daquele tipo de equipamento, naquele padrão de qualidade. Aí você começa a criar um conjunto de profissionais habilitados a usar esse tipo de tecnologia e aí a consequência natural é da melhoria da qualidade. Para isso ele trouxe gente muito especializada, gente premiada com Grammy, não sei se chegou a ter um cara que estava no Oscar de fotografia.... Então essa incorporação da economia criativa é mais recente do que a iniciativa de tecnologia da informação e eu diria que o ciclo de integração com tecnologia da informação ainda não se completou, ou seja, nem economia criativa, nem tecnologia da informação se apropriou ainda tanto quanto seria possível um do outro.

A gente tem algumas iniciativas (quanto a capacitação) que funcionam bem, por exemplo o C.E.S.A.R School que tem dois cursos de graduação: Ciência da Computação e Design, exatamente nas duas frentes (Tecnologia e Economia Criativa) e, pela própria metodologia do C.E.S.A.R School, eles trabalham em

conjunto. Então um cara está sendo formado em Ciência da Computação já participando de projetos de design e vice-versa. Então eu imagino que a gente vai ter uma geração nova de profissionais que já estão acostumados a incorporar isso. Um profissional mais antigo, como eu por exemplo, preciso pensar “pô, tenho que incorporar um visual aqui” porque, se me deixar fazer, vai sair um negócio preto e branco, com os botões cada um de um tamanho... Enquanto que o pessoal que sai da universidade hoje já tem essa formação e essa noção de *user experience*, uso facilitado e tudo mais. Então esse conjunto de coisas já está funcionando.

Além disso, existe um segmento do setor de tecnologia da informação cuja natureza já incorpora a economia criativa que é a indústria de *games*, e a gente é muito forte no Porto Digital com essa indústria. E indústria de *games* não se refere só a jogos, mas também ao conceito de educação gamificada, que é você ter empresas que desenvolvem recursos, treinamentos com essa linguagem, de criar um roteiro, de criar personagens, de criar desafios, de pontuar, de passar de fase e, claro, como é um sistema educacional, verificar onde você foi fraco e fazer você voltar para certas fases de fato para revisar aquele conteúdo. Enfim, é uma lógica que tem tecnologia da informação, mas também tem muita economia criativa, ou seja, tem muito de design, de literatura, porque você cria um personagem e o personagem tem uma linguagem, tem uma *persona*, enfim, incorpora os conceitos de design, de psicologia, de língua portuguesa mais sofisticada, fora o próprio conceito de jogo, de design, de design de jogo propriamente, da narrativa de jogo. Então, eu acho que esse é o ponto em que estamos, nesse momento.

P- A página digital do Porto Digital informa um faturamento anual aproximado de dois bilhões de reais. De que forma esses valores são contabilizados?

R- O faturamento do Porto Digital é medido através de uma pesquisa bianual de consulta às empresas, confirmado pelo faturamento do ISS. Esse número é levantado dessas duas maneiras e eles são bem coerentes.

P- O Porto Digital ainda é dependente financeiramente do Estado?

R- Eu diria que hoje, o Porto Digital, para sobreviver, não precisa mais do poder público, mas eu acho que o poder público deve manter a sua atuação exatamente onde lhe cabe, que é saúde, segurança e educação para aquela comunidade, incluindo a educação profissionalizante, com mais escolas técnicas profissionalizantes em Ciência da Computação, de desenvolvimento de *softwares*, de Economia Criativa, e com isso, vai formando mais profissionais, evitando esses fenômenos de competição por mão de obra escassa, o que leva fatalmente ao aumento de custos, e o aumento de custos leva à redução da competitividade das empresas, e a redução da competitividade das empresas leva ao desemprego e, conseqüentemente, à baixa atração do empresariado.

Dessa forma, pode-se cair num processo que é ter um grande parque tecnológico de poucas empresas, ou seja, empresas que faturam fora do parque - grandes empresas do Porto Digital faturam fora de Pernambuco e até fora do Brasil – podem absorver aqueles empregados para si, desestimulando o aparecimento de empresas menores, de empresas inovadoras, porque os eventuais empreendedores não conseguem a mão de obra capacitada capturadas pelos bons salários nas empresas maiores. Isso tem um lado positivo e tem um lado negativo: se uma empresa que começa pequena “explode”, daqui a pouco ela própria estará gerando 150, 200, 300 empregos. Então, se a gente tiver mais dessas, a gente vai ter dezenas, centenas de empresas de médio porte, mesmo que haja competição entre si, tanto na parte mercadológica como na parte de mão de obra. Porém, a diversidade permite um crescimento muito mais orgânico da atividade, equilibrada, porque uma empresa muito grande pode tomar uma decisão de mudar seu centro de desenvolvimento para outra cidade e aí gera, como já aconteceu em tantas atividades econômicas, um vazio, como no caso de Detroit com a indústria automobilística.

O PORTO DIGITAL E O BAIRRO DO RECIFE

P- Uma das diretrizes determinadas para a implantação do Porto Digital no Bairro do Recife foi a recuperação e valorização do seu patrimônio edificado. Por outro lado, qual a contribuição para o patrimônio social do bairro, especialmente para os remanescentes (moradores e trabalhadores) do porto, marco histórico do desenvolvimento da cidade?

R- Eu diria o seguinte: não tinha que ser o Porto Digital para fazer aquela transformação. Quando você pergunta “até que ponto o Porto Digital contribuiu?” Eu diria que poderia não ter sido o Porto Digital, poderia ter sido outra coisa, poderia ter sido um polo médico que se estabelecesse lá, mas o fato é que a indústria que se estabeleceu no Bairro do Recife foi uma indústria de tecnologia da informação. A preocupação com a parte territorial sempre esteve presente no Porto Digital, a qualificação do espaço, etc. E, assim, algumas críticas que eu já escutei, que acho que são infundadas, por exemplo: a principal atividade econômica permanente que a gente tinha no bairro era a prostituição, e eu não acho que as prostitutas foram expulsas do bairro pelas atividades do Porto Digital. Primeiro que a gente ainda vê; segundo é que eu acho que o que aconteceu é que o fenômeno da prostituição perdeu a clientela, ou seja, tanto porque o porto, que é um grande consumidor histórico do serviço, deixou de ter atividade, ou seja, a grande decadência da atividade portuária, levou à decadência da prostituição.

Agora, por outro lado, eu acho que a criação dessa indústria, que hoje eu diria que é uma indústria forte, emprega quase 10 mil pessoas naquele bairro e tem um faturamento perto de 2 bilhões de reais por ano (reflete na transformação social do local). É um setor em que a produtividade fiscal das empresas (no Porto Digital) é seis vezes maior do que o resto da cidade em termos de contribuição com o ISS, ou seja, em média uma empresa que está instalada no Porto Digital, paga seis vezes mais impostos, por empregado, do que o resto das empresas de serviços na cidade e seis vezes é muita coisa, né? Em termos salariais, o último dado que eu tenho é que a média salarial do Bairro do Recife é duas vezes e meia maior do que a média da Região Metropolitana. Talvez hoje já seja mais do que isso porque com o crescimento dessa indústria há uma certa competição por mão de obra e isso faz com que os salários subam.

Tem um lado negativo também, você aumenta o custo sem melhorar a produtividade, simplesmente pela falta de recursos, então o preço sobe pela falta de recursos, mas, olhando somente pelo lado dos empregados, é uma coisa boa, ou seja, num período em que o mercado ainda não conseguiu produzir mais recursos, isso aumenta o preço da mão de obra, pois, esse é o quadro hoje.

Voltando à questão dessa indústria que está estabelecida lá numa área restrita, o fato é que nesta ilha tem uma comunidade que é a Comunidade Pilar com a Favela do Rato que não está integrada, pelo menos ainda, a essa vida econômica e social que nós temos no bairro, talvez exceto pelos flanelinhas, pelas barracas, pelos carrinhos de picolé, de bebida, de comida mesmo, o que é muito pouco, eu diria, para o que a gente tem de potencial. Mas isso está sendo tratado: o presidente do Porto Digital, junto com pessoas de empresas privadas, diria aqui do exemplo da (Baterias) Moura, que tem buscado (essa integração social) fazendo essa pergunta: “como é que a gente trabalha para transformar essa realidade?” São menos de mil pessoas que moram ali. É algo que, se for feito através de um esforço consistente e organizado, em uns poucos anos, se consegue transformar aquilo ali. E eu acho que a estratégia do presidente do Porto, que agora é Pierre Lucena, está correta, que é “vamos começar empregando as pessoas da Comunidade do Pilar”, ou seja, que todas as empresas tenham em mente essa lógica. É claro a gente precisa ser realista, nesse momento, talvez, a gente não possa preencher todas as vagas para desenvolvedor de *software* com pessoas que venham da Comunidade, porque elas não tiveram treinamento adequado, mas a gente não só contrata desenvolvedor de *software*, a gente tem vigilante, pessoal de limpeza e administração, etc. Então, se essas pessoas tiverem prioridade nessa contratação e a gente conseguir arrumar 150, 200 empregos, a gente transforma essa Comunidade. Ter um quarto da população empregada transforma a Comunidade e isso está na pauta e está sendo trabalhado, com apoio do Softex, de várias empresas privadas, da ASSESPRO, enfim.

P- Existem iniciativas de capacitação para essa população?

R- Existem, já, várias iniciativas, o Softex, inclusive, tem uma dessas iniciativas: a gente tem um laboratório de robótica, cuja clientela basicamente é de crianças e jovens daquela comunidade e a gente também está fazendo capacitações específicas para desenvolvimento de *softwares* para pessoas carentes, e já tem resultados. Tem gente empregada em *design* e desenvolvimento de *software* que vem de comunidades, nesse caso não a do Pilar, mas de uma iniciativa que a gente tem com o instituto JCPM, ali para aquela área do Pina e Brasília Teimosa. Então,

teve uma turma de, sei lá, 40 pessoas e duas (dessas) pessoas já conseguiram emprego. Então isso é, pelo menos, uma confirmação de que o modelo funciona.

Esse débito nosso com a Comunidade do Pilar existe e está sendo trabalhado para, quem sabe daqui a 2, 3 anos a gente possa estar falando em outra realidade, até porque, se a gente conseguir fazer e estudar direitinho, a gente consegue, talvez, criar um modelo que possa ser replicado. Eu conheci Bogotá muitos anos atrás. Eu estava em Bogotá pela primeira vez no dia em que Álvaro Uribe ganhou a eleição, já faz uns 20 anos, acho, e estive em Bogotá no ano passado (2018): é outra cidade, transformou-se com esse espírito de inovação. Enfim, eu diria que o Porto Digital, até pela limitação geográfica que tem, se a gente conseguir fazer esse tipo de coisa, de resgatar uma comunidade, a gente possa criar um modelo que possa ser replicado.

Agora durante o Rec’N’Play, a gente teve a visita do (empresário e apresentador) Luciano Huck, que fez uma palestra que eu assisti. Ele falou uma coisa que realmente faz todo o sentido, que é: “qual é a nossa proposta, como nação, para resolver o problema das favelas?” E a resposta é: nenhuma, nós não temos nenhuma estratégia, a nossa estratégia é aprender a conviver com ela, ou seja, pessoas que estão morando de forma degradante, na melhor hipótese, de forma precária, com serviços públicos precários ou inexistentes ou terceirizados, ou seja, prestados por organizações paraestatais que detêm o poder, em alguns casos, como no Rio de Janeiro, isso já vem tomando proporções de controle político, ou seja, vereadores, deputados e aí conseqüentemente secretários de estado, eventualmente governadores, estão assumindo o poder e fazendo valer uma lógica completamente distorcida do que deveria ser uma República. Então, de repente, a gente pode gerar, no Bairro do Recife, um modelo em que uma indústria bem-sucedida consegue tracionar a recuperação de uma área. Claro que a gente não imagina que isso possa ser uma ação individual do Porto Digital, precisa da ação do poder público, e a gente está num momento particularmente complicado em que o poder público está sem capacidade de investimento. Mas, por exemplo, se, durante essa estratégia de oferecer empregos, a prefeitura conseguisse entregar os habitacionais que estão em andamento lá, poderia fazer uma grande transformação.

Por outro lado, a gente enxerga que a gente é uma ilha, de ponto de vista geológico, mas não é uma ilha do ponto de vista social, ou seja uma política bem sucedida, por exemplo, em emprego e habitação, fatalmente teria como consequência uma migração de pessoas querendo morar, e como já há uma cultura de desrespeito ao uso do solo, de criação de habitações subnormais, etc., isso pode tornar-se um processo irreversível, ou seja, há de se criar um modelo diferenciado de fiscalização, que proíba uma migração desordenada, que permita até, eventualmente, uma ampliação do espaço de moradia, que eu acho que fará bem ao bairro.

O território do Porto Digital, hoje, inclui também a região de São José, atravessando a ponte. Lá você vê claramente que é outra história, você saiu da Ilha do Recife e, quando você passa para lá, já muda completamente a realidade, do ponto de vista de segurança, do ponto de vista até visual, de degradação.

CASES DE SUCESSO

P- A In Loco, empresa de dados de localização que iniciou suas atividades dentro do Porto Digital, é, certamente, o caso de sucesso mais conhecido do cluster. Existem outros?

R- (O caso da) In Loco é o mais expressivo, é um caso de sucesso incontestável, mas existem outros que são muito relevantes. A In Loco é muito competente no *marketing*, o que eu acho que mais empresas deveriam aprender a fazer, mas nós temos outros exemplos muito bons, como a Tempest, a maior empresa de cyber segurança do Brasil. A Tempest foi contratada para fornecer o serviço de segurança de dados para as olimpíadas de Tóquio, eles têm um escritório em Londres e prestam serviço para alguns bancos ingleses. Eles têm em torno de 300 funcionários.

Você tem a Neurotech, líder no serviço de informação de crédito no Brasil. Se você vai tomar um crédito no Brasil hoje, a chance dos seus dados passarem pelo algoritmo da Neurotech é de 90%. Os principais bancos e seguradoras no Brasil já são clientes deles. Também é uma empresa na faixa de 150, 200 funcionários.

A Pitang, fábrica de software, tem uma carteira de clientes pelo Brasil todo, tem filial em São Paul e no Rio e tem em torno de 350 funcionários.

O C.E.S.A.R, apesar de não ser uma empresa, é um Instituto de Pesquisa e já tem em torno de 450 funcionários.

A Informa Software é líder brasileira na gestão de ativos físicos da indústria de energia, geração e transmissão de energia. Mais da metade da transmissão de energia no Brasil tem os seus ativos (torres, cabos, transformadores) passando pela gestão com o software da Informa.

A MV Informática, eu diria que não é líder só no Brasil, mas na América Latina, em *software* de gestão hospitalar.

A Fiat é um caso à parte. Estamos chegando num nível de sofisticação que é uma camada adicional ao que a gente está acostumado a falar, que são as empresas que estabelecem aqui os seus Centros de Inovação. A FCA tem um centro aqui com mais de 80 engenheiros e a Fiat Italiana/Maserati usa *software* feito aqui embarcados nos carros. Empresas locais estão montando Centros de Inovação aqui. Na semana passada eu fui para o lançamento do Urbano Vitalino Labs, um escritório de advocacia que criou um Centro de Inovação lá no Bairro do Recife. Isso é o tipo de camada de sofisticação que poucos lugares têm. Se você tem empresa de desenvolvimento de *softwares* é uma coisa, se você tem um Centro de Inovação é outro padrão. Uma camada adicional de sofisticação que várias empresas estão buscando. O Porto de Suape virá estabelecer o seu Centro de Inovação, a Ambev, a Sulamérica Seguros, a Komatsu – segunda empresa mundial no setor - estão estudando estabelecer um Centro de Inovação aqui, fora as outras que eu nem sei.

Esse burburinho gera uma visibilidade realmente importante. O reconhecimento do sucesso do Porto Digital não vem de premiação, são as empresas dizendo que querem estar lá.

PARQUES NO BRASIL

P- Existem outros clusters no Brasil que sirvam de parâmetro comparativo – área, empresas, faturamento, funcionários – para o Porto Digital?

R- Existem alguns bons exemplos no Brasil que valem a pena ser vistos. Tem uns que são pelo tamanho como é o caso de São Paulo e Rio, mas tem lugares como, por exemplo, Santa Catarina, que tem uma economia que não é tão grande como São Paulo e Rio, mas que também tem uma quantidade de *startups* e comunidades concentrados em alguns lugares, não só Florianópolis. Minas Gerais tem um centro importante. Existem outros, mas acho que esses são os principais.

(Aqui na cidade temos também) o Parqtel que é mais focado na parte de *hardware*, mas eu diria que tem um movimento recente, dos últimos quatro anos para cá, de inovação que também vale a pena ser visto, inclusive trabalhando em conjunto com o Porto Digital.

Um dos serviços que o Softex oferece é uma aproximação entre as empresas de tecnologia e os consumidores de tecnologia. Realizamos periodicamente um evento chamado Match Day, onde grandes empresas apresentam suas demandas para que outras empresas apresentem soluções para atendê-las. Empresas como Unilever, a Mondelez - de Vitória de Santo Antão -, a Asa, o Shopping Center Recife, Usina São José, o *trade* turístico de Porto de Galinhas (são clientes participantes dessas rodadas de negócio), ficam impressionados com as soluções e contratam essas empresas.

O que nós (Softex) temos feito é, não só apresentar as empresas e os Centros de Pesquisa do Porto Digital, mas também empresas do Parqtel, que às vezes tem soluções de *hardwares* que interessam, juntando as duas coisas. Quando uma empresa que desenvolveu determinado produto resolver lançá-lo para o mercado, provavelmente a fabricação nem será em Pernambuco, talvez nem no Brasil, mas, até que esse dispositivo esteja pronto para ir ao mercado, ele precisa gerar dezenas de modelos e ser testado e aí o Parqtel é fundamental. Então é esse tipo de integração que termina funcionando muito bem. A iniciativa do Match Day está indo fazer uma experiência em São Paulo. Convidamos o presidente do Porto de Suape para ser palestrante lá, e iremos levar *startups* do Brasil todo para prospectarem as

demandas. Se esse tipo de coisa funciona para Pernambuco, funcionará para outros lugares também. É a primeira vez que um presidente da ASSESPRO (Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação) é pernambucano, justamente pelo sucesso do Porto Digital e suas iniciativas.