

CIDADES CRIATIVAS - BURILANDO UM CONCEITO EM FORMAÇÃO

Ana Carla Fonseca Reis*

RESUMO

Este artigo visa a abordar as razões pelas quais o termo "criativo" alcançou proeminência em tempos recentes, explicitando o que se entende por economia criativa e por um termo ainda mais embrionário, o de cidades criativas. São analisadas suas características e seu potencial para o Brasil, com base na referência a uma revisão conceitual e a exemplos práticos no contexto mundial.

* Administradora Pública pela FGV/SP; Economista, Mestre em Administração de Empresas e Doutoranda em Urbanismo pela USP; consultora e conferencista internacional, tendo palestrado em 21 países. É autora ou editora de oito livros e sócia diretora da empresa Garimpo de Soluções - economia, cultura & desenvolvimento.

CREATIVE CITIES – FINETUNING A CONCEPT IN PROGRESS

Ana Carla Fonseca Reis*

ABSTRACT

This article aims to approach the reasons why the term "creative" reached a new level of importance over the past few years. It explores the meaning of creative economy and of an even more recent concept, "creative cities". The article analyses its main features and its potential to Brazil, based on a conceptual review and practical examples in the global context.

* Administradora Pública pela FGV/SP; Economista, Mestre em Administração de Empresas e Doutoranda em Urbanismo pela USP; consultora e conferencista internacional, tendo palestrado em 21 países. É autora ou editora de oito livros e sócia diretora da empresa Garimpo de Soluções - economia, cultura & desenvolvimento.

No último par de décadas, temos acompanhado uma profusão de adjetivos ligados ao mundo da criatividade - indústrias criativas, economia criativa, classe criativa, cidade criativa. Mas, se a criatividade sempre moveu o mundo - graças a ela inventamos a roda, descobrimos o fogo, passamos a desenvolver linguagens e comportamentos que impulsionaram o desenvolvimento humano -, por que agora assume outra prevalência?

A respaldar essa propulsão há uma convergência de fatores - a globalização, provocando ressignificações identitárias; as mídias digitais, tornando o mundo mais próximo e ampliando os universos individuais; a aceleração de fluxos financeiros e tecnológicos em escala global, a fragmentação das cadeias de produção entre países, a redução dos ciclos de vida dos produtos, a padronização de bens e serviços. Alguns resultados advêm dessa confluência de tendências, consolidadas ou em desenvolvimento. Entre eles, a emergência de novos paradigmas econômicos (a economia criativa, tendo por fulcro os ativos intangíveis, dentre os quais a cultura) e modelos de análise e entendimento do ambiente urbano (a cidade criativa).

Para alguns, a cidade criativa é uma cidade global, conectada ao circuito mundial, em suas várias dimensões: financeira, econômica, turística, cultural etc.. Para outros, a cidade criativa é uma cidade caracterizada pela maior presença relativa de pessoas atuantes em setores que demandam maior criatividade (as indústrias criativas, nas quais também se inseririam todos os setores culturais). Chega-se mesmo a sugerir que as pessoas empregadas nesses setores - a "classe criativa" - apresentam características peculiares, de mobilidade e independência, que lhes permitiriam ter mais autonomia na decisão de onde querem morar (o que é fato, dentro de certos limites - a começar pela situação familiar). Neste quadro, cooptar para a cidade o maior contingente possível de membros da classe criativa passa a ser a meta máximas - e a cidade se põe à disposição de seus desejos e aspirações, como um adolescente que

tenta ao máximo se transformar na figura idealizada pela jovem amada. Mas seria isso legítimo ou sustentável? Há controvérsias...

Para outros, ainda, a cidade criativa seria uma na qual viceja a economia criativa. Seriam, portanto, locais que abrigam uma participação econômica mais pronunciada das indústrias criativas - artesanato, patrimônio, indústrias culturais, moda, design, arquitetura, propaganda, *software* de lazer e outras, a depender do contexto econômico local, que poderíamos dizer que bebem cultura, para elaborar e devolver funcionalidade. São, assim, bens e serviços diferenciados, com valor agregado e capacidade de impactar em setores tradicionais da economia, tornando-os também mais competitivos - a exemplo do encadeamento entre moda e têxtil, design e setores vários, etc.

Como se nota, o termo "cidade criativa" não alcança unanimidade - o que é instigante por si e nos franqueia a possibilidade de cunhar uma definição própria, respaldada pela busca propulsora de desenvolvimento, de novos arranjos de governança e de qualidade de vida.

Debate ainda embrionário, de contornos fluidos e permeáveis, esse que envolve as cidades criativas; e que traz em sua essência uma questão fundamental: a da criatividade humana, com uma miríade de rebatimentos culturais, econômicos, sociais. Talvez a maior contribuição de toda a ampla questão que envolve o novo enfoque sobre a criatividade seja perceber que, no âmago de tudo, reside a capacidade criativa do ser humano. Com isso, abrem-se as portas para o surgimento de novas soluções, de novas profissões e de novos desenhos de urbanos, transformando nossas cidades fragmentadas em espaços mais convivíveis e alinhavando tecidos sociais ergarçados.

Diante da torre de Babel que se instala, vale mencionar alguns estudos emblemáticos, por destrincharem esses conceitos ainda maleáveis e trazerem ilustrações de sua aplicabilidade prática.

Com base em artigos escritos por 18 autores de 13 países (Reis, 2009), é possível detectar que, independentemente da escala, do histórico e do contexto

socioeconômico, uma cidade criativa apresenta três características fundamentais (Reis, 2011). A primeira delas é sua capacidade de produzir inovações. Inovações, aqui, não se restringem às que ocorrem em laboratórios ou polos tecnológicos, como *clusters* criativos ou versões variadas de um Vale do Silício. São inovações das mais variadas ordens, inclusive inovações sociais, como as que pululam em nossas cidades, inventando soluções para problemas os mais diversos - por pura e simples falta de opção. Inovações são criatividade posta em prática, com vistas a atingir fins específicos e objetivos.

Muitas inovações florescem nas periferias urbanas, com enorme potencial de aplicação a outras áreas, com as quais compartilham necessidades e ambições. Exemplo disso são as formas inusitadas e criativas de soluções de problemas que têm surgido nas favelas pacificadas do Rio de Janeiro. Nessas regiões, oferecer serviços básicos, gás, eletricidade e saneamento básico, exige novos modelos de negócios e até mesmo novas operacionalizações, como carros adaptados ao traçado viário tortuoso e estreito, para garantir a coleta de lixo. Em outras ocasiões as inovações advêm de mudanças de olhar sobre o que sempre esteve ali - mas ninguém havia visto. Um desses casos nos chega de Bergen, cidade norueguesa às portas dos *fjords* e que por séculos se ressentia de um fato incontrolável: a frequente chuva que caía sobre a mimosa cidade, afungentando os turistas. Diante da iminência de carência de água potável em escala mundial, o que era um problema se converteu em uma solução. O excesso de água é agora bem-vindo, tendo movido a cidade a pensar em uma nova forma de aproveitamento desse recurso abundante.

As inovações refletem, portanto, uma mudança de olhar; uma cidade criativa está em permanente busca de algo novo, impensado, interessante, o que lhe dá uma ambiência de viver em estado de transformação. E quem não gosta de viver em uma cidade na qual tudo parece ser possível, na qual problemas são resolvidos de formas surpreendentes e criativas?

A criatividade e a inovação independem, assim, da escala da cidade. Pequenas cidades criativas podem ser efervescentes de inovações adequadas ao seu contexto. Essa é uma questão fundamental, se quisermos tratar com seriedade a proposta de desenvolvimento. De toda a miríade de definições acerca de desenvolvimento, uma das mais emblemáticas nos chega de Amartya Sen, economista indiano agraciado com o Prêmio Nobel de Economia, em 1998. Para Sen, que desde sempre se inquietou com as relações entre ética e economia, desenvolvimento requer a ampliação das liberdades de escolha (Sen, 2004). É desenvolvido um povo, um país ou uma pessoa capaz de tomar suas decisões de forma refletida, o que exige acesso a informações, capacidade de raciocínio, liberdade de ação e as condições para que essas condições sejam apresentadas.

Pois bem, nossas pequenas cidades, que abrigam até 50 mil habitantes, representam desde 1950 cerca de 90% dos municípios brasileiros (IBGE). A população que nelas vive, porém, decresceu de ao redor de dois terços de brasileiros, em 1950, para um terço, em 2000. A questão de fundo é se as pessoas deixam seus locais de origem por escolha ou por entenderem que não lhes resta opção. Neste caso, criar um ambiente no qual elas possam permanecer e se realizar é fundamental - e fomentar ambiente inovadores, capazes de lançar novos olhares sobre questões quotidianas, pode ser de grande auxílio nesse processo.

Porém, se as inovações caracterizam uma cidade criativa, são condições necessárias, mas não suficientes para atribuir-lhe tal título. A segunda característica de uma cidade criativa são as conexões, de ordens profundamente variadas. São conexões, primeiramente, entre áreas da cidade. Tendemos a viver em espaços muito reduzidos, diante do mapa que caracteriza os espaços urbanos. Um exercício interessante é pedir aos presentes em uma sala que desenhem um mapa de sua própria cidade. Os desenhos são invariavelmente reduzidos, frente ao mapa administrativo real - alguns bairros são engrandecidos, outros diminuídos, há os que se fundem, outros ainda são esquecidos. O mapa

mental que cada um de nós faz de sua própria cidade varia de pessoa a pessoa, em função de suas referências, de seus deslocamentos, de suas preferências. O mapa afetivo - conformado por aqueles espaços, dentro do mapa mental, que de fato nos interessam, nos comovem, com os quais nos sentimos vinculados - tende a ser ainda menor. Sabemos que certos locais existem, mas não nos engajamos com sua existência; estão fisicamente próximos, mas emocionalmente distantes.

Promover a ampliação dos mapas mentais e afetivos de cada habitante da cidade é condição *sine qua non* para ampliar a sustentabilidade de nossas cidades. Não se ama o que não se conhece. Desenvolver projetos que conectem áreas da cidade, que promovam a mobilidade urbana e que mergulhem a cidade em si mesma é imprescindível em cidades criativas. Isso nos leva a uma segunda ordem de conexões - entre a cidade e sua história. Os surtos de urbanização e os acirrados fluxos migratórios acarretaram uma desconexão profunda com as raízes da cidade onde de origem e uma perda de laços com a de origem. Viver em um local do qual pode se sabe, cuja história se resume ao que se aprende nos livros didáticos, é um atentado mortal na formação de um sentimento de pertencimento com a urbe. Ações das mais diversas envergaduras - de caminhadas por bairros da cidade, em busca de suas histórias e testemunhos, à inscrição nas placas de rua de quem foi aquele personagem ou aquela data homenageada - contribuem para gerar cumplicidade entre o espaço urbano e quem nele vive.

Conexões entre a cidade e o mundo - do mundo próximo, sua região e cidades vizinhas, ao mundo que nos chega pelas ondas da televisão e pelos meios digitais e, com isso, nos parece paradoxalmente mais vizinho do que aquela cidade que, no mapa, dista cem quilômetros de onde estamos. Conexões, ainda, entre público, privado e sociedade civil. Seguimos uma lógica que se mostra cada vez mais complementar - local e global, público e privado, dinheiro e satisfação, economia e cultura - e cada vez menos antagônico, como era até há pouco, quando devíamos escolher entre possibilidades, aparentemente inconciliáveis.

Nosso mundo linear passou a ser circular - não composto por opostos em uma escala, mas por partes que se complementam.

Conexões, como não mencionar, entre as chamadas áreas de saber. A busca de soluções para novos e velhos problemas exige novos olhares. De uma organização de saberes em silos - caixinhas impermeáveis, fechadas em si mesmas, passamos para a era dos times, das equipes, das forças-tarefas, nas quais os olhares se somam e convergem. Esse modelo, porém, parece ter evoluído para a percepção de que devemos também romper as barreiras artificiais internas. Ao invés de serem vozes que somente se somam, cada um de nós pode navegar em diferentes registros de língua e tessituras vocais. Das nanotecnologias ao reconhecimento de muitas práticas culturais, surgem assim novas profissões e carreiras.

Por fim, somando-se às inovações e às conexões, uma cidade criativa é caracterizada por cultura, por um leque de abordagens. Primeiramente, claro, cultura como conjunto de manifestações, com conteúdo simbólico e intangível, que tanto pode beber de raízes tradicionais, como se alimentar de influências externas ou ainda ambos - como uma árvore, que só consegue lançar galhos frondosos em direção ao mundo, se tiver raízes profundas fincadas em seu solo. De pouco adiante uma cidade ser efervescente de cultura, se esta for comoditizável, descontextualizada, desengajada. Basta a cidade vizinha promover um festival na mesma linha e perdeu-se o que seria o viés cultural mais pronunciado daquela suposta cidade criativa.

A cultura como elemento simbólico, intangível, tem de dialogar com as especificidades da cidade. O que lhe é peculiar, o que lhe confere caráter único - quais são suas unicidades? Em um mundo pautado pela busca do diferencial, na ressaca da percepção dos paradoxos da globalização, a valorização do que é intrínseco a uma comunidade ganha força majorada.

Mas, no seio urbano, a cultura também ganha prevalência por dois outros vieses de análise. Um deles é o econômico. O que sempre tendeu a ser visto

como despesa passa agora a ser entendido como investimento. Basta pensar que, segundo o *Creative Economy Report* (UNCTAD, 2008), cerca de 7% do PIB mundial é gerado pelas chamadas indústrias criativas. O número atinge 11% do PIB, no caso de um país como os Estados Unidos - ainda a hoje maior economia do mundo. A percepção do impacto econômico claramente eleva a cultura a outra posição, na lista de prioridades, quando o tema em discussão é orçamentário ou estratégia de desenvolvimento.

No Brasil, ainda são poucos os estudos que demonstram a contribuição da cultura à economia regional. Um dos poucos mas emblemáticos levantamentos a respeito nos chega pelas mãos da FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2008), ao analisar o impacto econômico dos setores criativos fluminenses (o que abarca a cultura, mas transvasa seus limites). O mais interessante do estudo não é o número em si, já que se refere a mais do que aos setores culturais em si, mas ao mapeamento de toda a constelação de bens e serviços que os setores culturais consomem e estimulam, de serviços contábeis e jurídicos à gestão de espaços, de maquinário para a produção de instrumentos musicais ao turismo cultural.

Mas a cultura contribui mais, em uma cidade criativa, do que por seus benefícios simbólicos ou por seu impacto econômico no espaço urbano, com toda uma série de encadeamentos sobre setores tradicionais. A cultura, entendida aqui especialmente como conjunto de setores artísticos, favorece ademais a formação de um ambiente criativo, estimulante, instigante, favorável ao questionamento e ao pensar diferente. Em suma, nutre as condições necessárias para que a criatividade as inovações ocorram. Ademais, contribui de forma muito profícua para a formação de conexões no espaço urbano.

Nas grandes cidades, poucos fatores mobilizadores de locomoção das pessoas na cidade são tão eficazes como as ofertas culturais. O que parecia longínquo - fisicamente e pelas dificuldades de transporte urbano - mostra-se acessível, palatável, compensador quando se trata de uma oferta cultural. Os

grandes concertos e espetáculos no Parque do Ibirapuera são exemplos cabais disso, assim como o são ofertas institucionais reconhecidas como de excelência. O Centro Cultural Banco do Brasil logra fazer convergir uma audiência advinda de todos os cantos de São Paulo, para uma região que, embora geograficamente central, desperta o receio de alguns quanto à segurança e à vivacidade, em especial no período noturno. A inauguração da unidade definitiva do SESC Belenzinho também corrobora essa percepção. Ao deslocar a sede administrativa, do coração da Avenida Paulista para um bairro da Zona Leste, o SESC conseguiu atrair para a nova unidade pessoas que nunca antes haviam sequer visitado o bairro do Belenzinho.

Dependendo de como for implementado - em diálogo com a comunidade, fomentando seu desenvolvimento, abrindo espaço para sua participação -, um equipamento cultural também tem o potencial de gerar apropriação por parte de seus vizinhos, ser incorporado por ela e visto como dela. Esse é um traço fundamental, quando se pretende estimular a autoestima e o desenvolvimento de uma comunidade de pertença, em especial em bairros marginalizados. O equipamento cultural também pode ser um irradiador de demanda por pequenos empreendimentos, tais como bares, restaurantes, lojinhas, galerias, serviços especializados, gerando um dinamismo local. A chave, nisso, é justamente a inserção do equipamento no bairro. A Sala São Paulo é sublime, mas levita sobre o bairro da Luz. Já a Pinacoteca do Estado apresenta uma maior intimidade com seu entorno. O ideal, porém, é ir além disso e localizar o equipamento ou programa cultural não no bairro, mas fazê-lo ser visto como do bairro.

Exemplos disso ocorrem também em cidades de menor porte, tais como a cearense Guaramiranga, onde o Festival de Jazz e Blues é o ícone visível de um processo de transformação social, econômico, cultural e urbanístico; e também da fluminense Paraty, que ganhou notoriedade mundial acrescida, com a organização na última década da FLIP - Festa Literária Internacional de Paraty, cujo objetivo primordial sempre foi reunir centralidades cindidas na cidade.

As ofertas artísticas também promovem novas formas de lidar com problemas aparentemente estruturais, perenes, como é a falta de sentimento coletivo e respeito pelo próximo. Poucas cidades tão explorado tão bem essa questão, como Bogotá. Seguindo a política de "cultura cidadã", a cidade estabeleceu uma série de programas e projetos ligados à apropriação da cidade por parte de sua população. Uma das ações mais notórias foi o recursos a mímicos, que repreendiam de forma jocosa e lúdica os motoristas que paravam sobre as faixas zebradas. Afinal, como acredita o mentor do programa, o ex-Prefeito Antanas Mockus, as pessoas norteiam seu comportamento por três vetores, que as fazem decidir agir de forma correta ou fazer algo errado.

O primeiro é o foro íntimo, a consciência, a ética pessoal. Para muitos, essa é uma dimensão que vem esboroando ao longo das últimas décadas, em virtude essencialmente da atomização do contexto familiar, da falta de contato entre gerações e do baixo nível de educação e capacidade de reflexão. O segundo abrange questões legais. A decisão de fazer ou não algo depende também das potenciais consequências que poderia gerar - positivas, como reconhecimento (vide declaração do número de CPF para obter os créditos de ICMS, por meio da Nota Paulista) ou negativas, como repreensão (multa por utilizar o carro em dia de rodízio, por falta de controle ambiental etc.). Bem, em um contexto no qual há muitas leis, porém nem sempre são cumpridas, há que se questionar se o arcabouço de prescrições e sanções legais é o mais efetivo para pautar o convívio social ou, em sendo, se mostra-se suficiente.

Concluiu-se em Bogotá que nenhum dos dois vetores daria conta de tornar a cidade mais solidária, vivível e convivível. O que caberia seria lidar com essa questão pelo viés da sociedade, da validação ou reprovação dos pares, da geração de um sentimento de comunidade. Outra ação adotada foi tratar a cidade como uma escola aberta, tanto para a inclusão no imaginário urbano de pessoas refugiadas dos conflitos do narcotráfico, quanto para unir áreas urbanas até então negligenciadas. Nesse quadro de fundo insere-se a "Rota Cidadã" (Manito,

2008), voltada à criação de caminhos que favorecessem a circulação segura das crianças, entre a escola e seu local de residência. Composta por um alinhavo de estabelecimentos que integravam o programa, a rota oferecia essas ilhas de segurança nas quais os jovens podiam se refugiar, caso se sentissem ameaçados.

Surgiu também nesse contexto a iniciativa de criação da Rede de Bibliotecas Públicas de Bogotá. Constituída por bibliotecas de várias magnitudes - das comunitárias aos megaedifícios -, articuladas de forma dispersa em toda a cidade, as bibliotecas são vistas como locais de encontro de diversidades, de geração de cidadania e, claro, de formação. Dos projetos arquitetônicos à gestão do espaço, a comunidade é envolvida em todas as etapas, gerando engajamento e empoderamento das bibliotecas.

Outros exemplos de tantas outras cidades poderiam ser mencionados, valendo-se não raro de uma "desculpa" ou de um projeto pontual não para dirigir, mas para simbolizar um processo de transformação mais profundo e estruturante. Foi assim com as Olimpíadas de Barcelona 1992, que atribuiu às conexões e à cultura papel primordial. Foi também assim em Bilbao, onde o Museu Guggenheim veio a coroar um conjunto enredado de 25 eixos estratégicos - não por menos um símbolo cultural de reconexão da cidade com o mundo (Gómez de la Iglesia, 2010).

No Brasil, o debate acerca das cidades criativas ainda é emergente, assim como é o reconhecimento da cultura como estratégia de desenvolvimento. A atenção ao conteúdo das cidades e ao seu processo de mudança - mais do que ao título de "cidade criativa" e aos produtos visíveis - deve ser enfatizada. Inovações, conexões e cultura são, como exposto, três características essenciais de uma cidade criativa, seja ela grande ou pequena e que podem pautar um novo processo de desenvolvimento e qualidade de vida no ambiente urbano. O Brasil tem um potencial enorme para se engajar nessa reflexão, direcionando a tão celebrada criatividade brasileira para a resolução de questões profundas e a inserção do país em um novo estágio de desenvolvimento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento – UNCTAD.

Creative Economy Report 2008. Disponível em :

http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN. « A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil ». Rio de Janeiro, 2008. Disponível em :

<http://www.firjan.org.br>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censos Demográficos, 1950-2000. Disponíveis em : <http://www.ibge.gov.br>

Manito, F. (Org.) *Aprendiendo de Colombia – cultura y educación para transformar la ciudad*. Barcelona : Fundación Kreanta, 2008

Reis, A.C.F., « Cidades Criativas – análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo ». Tese de Doutorado, defendida junto à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP).

_____. (Org.) *Cidades Criativas, Soluções Inventivas – o papel da Copa, das Olimpíadas e dos museus internacionais*. São Paulo : Garimpo de Soluções e FUNDARPE, 2010 (no prelo)

_____. (Org.) *Creative City Perspectives*. São Paulo : Garimpo de Soluções e Creative City Productions, 2009. Disponível em :

<http://www.garipodesolucoes.com.br>

Sen, A. *Desenvolvimento como Liberdade*. São Paulo : Companhia das Letras, 2004