

Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa

Aula 11

Cidades criativas um ambiente para empreender

Objetivos Específicos

- Exemplificar como a Economia Criativa pode gerar negócios e desenvolver bairros, cidades e regiões.

Temas

Introdução

1 Cidades criativas: um ambiente para empreender

2 Conceito

3 Exemplos

4 O empreendedor e a inovação neste contexto

Considerações finais

Referências

Introdução

Estamos nos voltando para a valorização de todo o universo ligado à criatividade e consequentemente aos seus benefícios sociais e econômicos. Com isso notam-se buscas por alternativas diferenciadas e mais eficientes que continuem impulsionando o desenvolvimento humano, científico, tecnológico e econômico. Mas, se percebermos, na trajetória da humanidade, isso sempre ocorreu desde as mais antigas descobertas. O que mudou, então?

Nos deparamos nos últimos 20 anos, com vários conceitos ligados ao desenvolvimento e criatividade, como indústria criativa, economia criativa, classes criativas, ferramentas para criatividade, gestão de equipes criativas, cidades e territórios criativos.

Algumas reflexões apontam como sendo um fenômeno da globalização, onde começamos a identificar e ressignificar o mundo ao nosso redor. As distâncias diminuíram e as mídias tornaram as fronteiras dos novos marcos de legislação e cartografia.

Figura 1 – A cartografia digital



Os processos econômicos sofrem influência direta desses novos modelos de negócios e de relações trazidas pela tecnologia pois essa estimula uma nova dinâmica de informações e de comunicação.

As cadeias produtivas também têm sofrido alterações nas últimas décadas, por exemplo, verifica-se uma pulverização nas cadeias de diversas empresas que instalaram processos produtivos em vários países, essas estratégias contribuem para diminuir custos de produção e aumentar a competitividade das empresas.

Outra alteração significativa é a redução no ciclo de vida dos produtos, em uma tentativa de aumentar a produção e os ganhos das empresas adotando estratégias de estimular o consumo de produtos.

No âmbito da gestão, a melhoria na eficiência vem ocorrendo com a adoção de sistemas de gestão e padronização de processos, produtos e serviços, otimizando as atividades fim e atividades meio de um negócio e até mesmo criando novas formas de gerenciar os bens e serviços, com mais originalidade e menos padronização, estabelecendo paradigmas atuais a uma nova economia.

Por sua vez, o desenvolvimento consciente, responsável e sustentável, é um fato. Evidencia-se então a valorização dos ativos intangíveis, aqueles que não são facilmente identificados ou mesmo mensurados, pois agregam conceitos e valores culturais, artísticos e propulsores do desenvolvimento econômicos com maior responsabilidade e é nesses ambientes onde uma nova forma de empreender torna-se possível.

Na prática



Essa mesma reflexão é levada para o contexto das cidades, territórios e espaços urbanos, pois esses também se adaptam às novas expressões de cultura e também aos novos modelos de negócios. É claro que, dependendo das adaptações, isso pode ocorrer em alguns anos, mas sim, as cidades também são dinâmicas e se ajustam no tempo e no espaço. É o caso das cidades criativas, onde os novos tipos de profissionais criativos apontam para novos comportamentos nas cidades, criando novos modelos de negócios colaborativos, intervindo no espaço urbano de um modo diferente do que costumeiramente ocorreu.

Podemos citar um exemplo: as discussões sobre o Uber - serviço compartilhado de transporte (um novo modelo de negócio)- em grandes cidades como São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, entre outras. Trata-se de um tipo de negócio que surge em meio a uma legislação fragilizada e em meio a um tipo de serviço de transporte já consolidado e regulamentado, que são os táxis. O desfecho dessa problemática é que possivelmente criarão regulamentações municipais para equilibrar os processos econômicos entre um serviço tradicional e um novo modelo de negócio para atender a demanda dos novos consumidores. Toda essa perspectiva é observada dentro das discussões da economia criativa e das cidades criativas.

- Como entender esse ambiente urbano propício às inovações e à criatividade?

Nesta aula, iremos incursionar por conhecer o que são as cidades criativas, seus territórios criativos e de que forma vem ocorrendo o diálogo entre a cultura, tecnologia, criatividade e inovação nos contextos urbanos.

1 Cidades criativas: um ambiente para empreender

Quais as características que poderíamos enumerar para criar um ambiente urbano propício à inovação e empreendedorismo? Poderíamos começar com a diversidade, sendo ela fonte de várias nuances, valores, conceitos estéticos e de estilo de vida. Valorização das expressões artísticas, culturais, de tradição, que possa ser colaborativo, agregando várias áreas de conhecimento, gerando trabalho e renda. Um local onde a economia criativa, representada por diversos setores econômicos, tanto os ligados à cultura; aos setores ligados à criatividade; e aos setores ligados às tecnologias. Podemos citar exemplos: artesanato, teatro, patrimônio, artes visuais, moda, arquitetura, design, comunicação e publicidade; softwares e novas tecnologias; entre tantos outros novos modelos de negócios que têm grandes possibilidades de se expandir, se fortalecer e conquistar esse espaço urbano nesse novo contexto da cidade criativa.

Onde pudéssemos ter um território que fosse uma fonte e a expressão do conhecimento, funcionalidade, arte, manufatura, tradição e cultura. E mesmo com todas as discussões teóricas, ainda não há um conceito de cidades criativas, mas adotamos aqui uma proposta apresentada por Reis (2011), em que a autora afirma que criativas são as

Cidades que se caracterizam por processos contínuos de inovação, das mais diversas ordens. Estas se baseiam em conexões (de ideias, pessoas, regiões, intra e extraurbanas, com o mundo, entre público e privado, entre áreas de saber) e têm na cultura (identidade, fluxo de produção, circulação e consumo, infraestrutura, ambiente) grande fonte de criatividade e diferencial social, econômico e urbano (REIS, 2011, p. 70).

Diante dessa explicação, podemos afirmar que a produção de bens e serviços diferenciados, com acréscimo de valor por meio da criatividade, pode impactar favoravelmente a economia em diversos setores.

Na prática



Um exemplo é a cadeia produtiva de um setor criativo: a moda, que envolve setores econômicos das áreas têxtil, calçados e acessórios; ela converge várias áreas para criação dos produtos. Dois anos antes de o produto ser planejado, é lançado um birô de tendências, com cores, texturas, fibras, linguagens que estão sendo projetadas em uma visão de futuro. As indústrias têxteis interpretam através do desenvolvimento de matérias-primas, estampas, composições de várias fibras, tinturas e formas de tingimento; para somente então oferecer às empresas que desenvolvem coleções, estilistas que confirmam tendências em grandes eventos. Esta é somente uma parte desta cadeia produtiva criativa e inovadora.

Podemos citar exemplos de outra pequena parte: o produtor das fibras, em parceria com empresas químicas, pode propor vários tipos de inovação para tecidos mais confortáveis, leves, com proteção solar etc. Vamos imaginar o final desse ciclo: quando acontece o grande evento de lançamento das coleções, depois vem a distribuição (mercado interno ou exportação). Note que é uma vasta rede que conta com muitos conhecimentos, setores, especialidades e tecnologias, gerando muitas oportunidades de negócios nas várias etapas de produção. São pequenas amostras da inovação e tecnologia aplicadas no setor criativo da moda.

Quando falamos da economia criativa, ela pode ser estimulada quando um ambiente urbano favorece o empreendedorismo, colaborando para a criação ou incremento de negócios, que estejam em consonância com a originalidade, inovação, cultura de uma região. Além disso, a economia criativa estimula mudanças, a participação de organizações de desenvolvimento socioeconômico, a representação política, participação nas ações comunitárias, econômicas e sociais, com o apoio do poder público, instituições de fomento ao empreendedorismo e inovação (REIS, 2011).

Nessa perspectiva de incentivar a criatividade, as cidades, especialmente em seus espaços urbanos, são ecossistemas que tornam possível o fomento e o fortalecimento dos setores criativos. Se esses aspectos forem desenvolvidos, poderemos começar a vislumbrar uma cidade criativa.

Figura 2 – Cidades criativas – Exemplo: Salvador Bahia



E as cidades criativas são cenários especialmente promissores para que iniciativas de negócios possam ser implementadas, espelhando toda a particularidade e originalidade de setores que conseguem mostrar a valiosa diversidade de uma região, como a arquitetura, o design, moda, comunicação e propaganda, artesanato, gastronomia, turismo, entre outros. Para Reis (2011), a bússola da economia criativa é uma excelente estratégia para chegar ao porto da cidade criativa.

Para pensar



Em geral, os exemplos de oportunidades de negócios ligadas às atividades da economia criativa nas cidades criativas são aquelas associadas ao setor de serviços e a valorização é pelo fator intangível. Ou seja, nem sempre uma oportunidade de negócio estará vinculada a um produto onde teremos condições de medir o seu valor a partir das matérias-primas que foram utilizadas para sua produção.

E, quando se trata de serviços, o Uber, citado anteriormente, é um dos exemplos. Outro exemplo são os serviços de entregas feitas por bicicleta. É algo que já existia e volta com um novo conceito nos dias atuais. Trata-se de um serviço sustentável, não utiliza combustível poluente, se desloca mais rapidamente em grandes centros urbanos, tendo condições de fazer mais entregas do que uma motocicleta, portanto, acaba sendo mais rentável. Dessa forma, com alguns desses diferenciais apresentados em relação ao serviço de entrega por motocicleta, é possível notar um aumento dessa modalidade de negócio nas cidades.

Você consegue detectar algum exemplo desse tipo de inovação que está ocorrendo aí na sua cidade? Temos certeza que sim, você já deve ter percebido vários exemplos de negócios diferentes que estão acontecendo muito próximos do seu dia-a-dia e muitas vezes nem nos damos conta.

2 Conceito

Um dos primeiros autores a tratar do conceito de cidade criativa foi Charles Landry. No prefácio do livro, com versão em português organizado por Ana Carla Fonseca Reis e Peter Kageyama, ele descreve toda a trajetória do termo e do conceito. Landry explica que

o conceito de “cidade criativa” foi considerado o de um lugar onde os artistas desempenhavam um papel central e onde a imaginação definia os traços e o espírito da cidade. Ao longo do tempo, 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. Em seguida, a presença de uma grande “classe criativa”, que inclui as acima citadas, assim como a comunidade de pesquisa e os nômades do conhecimento, foi vista como um indicador básico de cidade criativa (LANDRY 2011, p. 10).

A definição de um ambiente urbano criativo foi construída com reflexões de diversos especialistas, arquitetos, urbanistas, filósofos. Segundo Reis e Urani (2011), uma cidade criativa é aquela “que surpreende, que atíça a curiosidade, o questionamento, o pensamento alternativo e, com isso, a busca de soluções” (REIS e URANI 2011, p. 33). Ainda de acordo com esses autores, em uma cidade criativa estão presentes:

Figura 3 – Cidades criativas



Nessa perspectiva, note que o conceito de cidade criativa vai muito além dos aspectos criativos e culturais e sim uma aglutinação de várias iniciativas tanto no campo tangível, quanto intangível e que contribuem inclusive para a reconfiguração de territórios nas cidades.

Verhagen (2011) aponta para outros elementos que inclusive podem devolver a originalidade da cidade fazendo com que suas características essenciais possam ser exploradas ao mesmo tempo em que possa ser preservada, contando sua história de modo legítimo.

A cidade criativa não é a cidade que simplesmente atrai a classe criativa. Tampouco é a cidade na qual a maior parte da economia vem da economia criativa. Nem é a cidade com o maior número de artistas, estúdios ou ateliês. É a cidade que consegue contar uma história da melhor maneira possível. A cidade deveria oferecer as características básicas que todos gostamos de ver em uma cidade: ela tem de ser limpa, verde e segura. Acima de tudo, deve ter uma identidade distintiva, oferecer atividade suficiente e dar aos residentes algo que lhes deixe orgulhosos (VERHAGEN 2011, p. 109).

Com essa citação de Verhagen (2011), podemos citar um exemplo que faz parte de um roteiro de cidade criativa. A cidade de Florianópolis possui o título de Cidade Criativa na categoria de gastronomia. Em um determinado território que possui pouca infraestrutura, Praia Pântano do Sul, um local onde a maioria de seus moradores são pescadores, há um charmoso restaurante de nome Arante, de sobrenome familiar, que é um local de muitas histórias. Nesse ambiente, todos os visitantes são convidados a deixar um recado ou bilhete,

e isso acontece há mais de 30 anos. Este singelo convite transformou as paredes e o teto do estabelecimento num exuberante espaço, com pequenas histórias, comentários e recados, desde ilustres cidadãos a desconhecidos que fazem parte e compartilham furtivos momentos.

Utilizar a criatividade em produtos e serviços, possuir a capacidade de ser criativo, ou mesmo instituir um negócio criativo exigirá um olhar atento do empreendedor para compreender as peculiaridades de uma cidade criativa. Nessa cidade, existem culturas e interesses diversos, que apresenta necessidades específicas e que vê nascer um público diferenciado que irá consumir esses serviços criativos. Por fim, para que o negócio prospere, será imprescindível o comprometimento do gestor municipal na adoção de estratégias que favoreçam e apoiem as mudanças legais e regulações, oportunizando essas atividades ligadas às cidades criativas.

Para pensar



“As cidades são criações do ser humano e podem refletir nossa engenhosidade. [...] embora nem todas as cidades sejam criativas, todas têm potencial para sê-lo (JAIME LERNER, 2016, p. 39)”.

A partir dessa frase emblemática de Jaime Lerner, vamos refletir sobre o papel de cada um de nós, agentes de mudança, empreendedores, formadores de opinião pode desempenhar em nossa cidade, no espaço urbano que habitamos.

3 Exemplos

Para compreender melhor o significado do conceito de cidade criativa, nada melhor que utilizarmos alguns exemplos. Dessa forma você terá condições de melhor compreender a definição e aplicação do conceito em casos práticos que podem estar acontecendo muito próximo a você e talvez nem tenha se dado conta.

Cidades tornaram-se ícones da expressão cidades criativas, como Londres que consegue manter a arquitetura da idade média que dialoga com a arquitetura moderna e contemporânea em perfeita harmonia. Possui ícones do patrimônio urbano que são marcantes como as cabines telefônicas vermelhas, o palácio de Buckingham, o Palácio de Westminster e sua famosa torre com o sino Big Ben e seu relógio, e também o centro financeiro da cidade que é um dos principais da Europa. Foi a cidade turística mais visitada em 2014.

Para pensar



Todos esses elementos que compõe a cidade de Londres condizem com o que Verhagen (2011, p. 109) apontou como as características da cidade criativa que “é a cidade que consegue contar uma história da melhor maneira possível”.

Outro exemplo é a expressiva cidade de Barcelona, com sua arquitetura representada por Antoni Gaudí, capital do modernismo catalão, que atrai turistas e estudantes de todo o mundo. Ou ainda a cidade de São Francisco, conhecida pela neblina de verão, que tem a ponte Golden Gate, seus bondes e o bairro de Chinatown que já serviram de cenários para muitos filmes. Sua arquitetura vitoriana e moderna e também um centro financeiro e bancário muito representativos. Ambas as cidades de Barcelona e São Francisco têm algo em comum pois ao longo do tempo sofreram processos de transformação, distinguindo-se facilmente por suas características originais, que foram identificadas e valorizadas agregando valores intangíveis incalculáveis.

Quando pensamos em metrópoles criativas, devemos entender que elas necessitam de um sistema de gestão com mentalidade compatível, que seja capaz de criar programas e projetos que deem continuidade a algumas ações, e projetar estrategicamente outras com visão de futuro, que fomente a possibilidade de prosperidade econômica e estabilidade social, sem que para isso torne-se estática e monótona. A liderança deverá contar com o apoio de representantes públicos, ativistas urbanos e agentes sociais de mudança, tornando-se colaborativa com integração entre os poderes e responsabilidades da sociedade civil, representantes da economia e sociedade privada e governos, possam se unir em planejamentos, estratégias e ações (KAGEYAMA, 2011, p. 57).

Trazemos um outro exemplo: a cidade de Bergen, na Noruega, onde uma característica natural, que é o excesso de chuvas, sempre trouxe grande problema para o turismo. Conhecida como a cidade mais chuvosa da Europa, é rodeada por sete belas montanhas e é o principal porto de cruzeiros da Europa. A cidade também apresenta o charme em suas casas e pequenos prédios de madeira. Resultante de uma parceria entre o poder público e a iniciativa privada, essa característica foi utilizada em favor da cidade sob dois aspectos. O primeiro deles foi a aplicação de um sistema que pudesse captar e tratar a água para que melhorasse a oferta de água potável para a população, pois em períodos de cheias ocorria a falta de água. E o segundo aspecto, ligado à cultura e ao turismo, foi a reestruturação dos territórios para atrair turistas e visitantes a partir de suas características naturais, tornando a cidade um centro de cultura, comércio e estudos, inclusive preparando ambientes favoráveis à inovação (IVERSEN, 2011, pp. 130-137).

Note, nessa citação de Iversen (2011), a variedade de planos governamentais aprovados que tem como proposta incentivar a realização de projetos ligados à cultura e a criatividade e que contribuem para o desenvolvimento econômico da cidade por meio do turismo, dos atrativos naturais e culturais.

Bergen tem uma vida cultural rica, incluindo educação superior e instituições culturais sólidas, que contribuem para o desenvolvimento da cidade. No processo que resultou na elaboração do “Plano Estratégico de Desenvolvimento Econômico de Bergen 2006-2009”, enfatizou-se que a vida cultural torna a região atraente para seus habitantes e suas empresas. Outros documentos estratégicos desenvolvidos foram: “Nova Estratégia Cultural 2003-2013”, “Bergen Cidade das Artes 2008-2017”, “Plano de Ações para a Música Rítmica 2004-2007”, “Plano de Artes para 2006-2016” e “Plano para a Política Cultural e Artística Internacional de Bergen 2006-2009” (IVERSEN, 2011, pp. 131).

As cidades que se propõem a criar um ambiente propício à criatividade, inovação e novos negócios, estão constantemente aguçando a curiosidade e imaginação. Fazem isso ao oferecer espaços agradáveis e diferenciados que atraem pessoas, promovendo encontros, em parques, praças, cafés, galerias de arte. Proporcionam também cenários com bela arquitetura, construções antigas preservadas que criam uma atmosfera que conta a história daqueles lugares e que estimulam que novas histórias e ideias possam surgir.

A UNESCO desde 2004 promove a proteção e promoção das diversidades das expressões culturais, listando algumas cidades em uma Rede que foram selecionadas dentro dos critérios para o título de cidade criativa; o objetivo da criação desta rede foi de aproximar cidades que promovem o desenvolvimento sustentável, soluções criativas, inclusão social e produção cultural.

O Brasil faz parte desta Rede desde 2014, com a cidade de Florianópolis (SC) considerada cidade criativa, pela gastronomia, e Curitiba (PR), pelo design, no ano de 2015, mais 3 cidades brasileiras obtiveram o título e fazem parte da rede, Belém, pela gastronomia, Salvador pela categoria música e Santos na categoria filme (UNESCO, 2015).

Fazer parte desta Rede implica nas cidades se comprometerem a firmar parcerias, promovendo indústrias culturais, compartilhando práticas de excelência, incentivando a população a integrar cultura em várias iniciativas para o desenvolvimento socioeconômico.

Figura 4 – Cidades criativas segundo a UNESCO



A projeção para o desenvolvimento sustentável de 2030, firmado pela comunidade internacional em setembro de 2015, afirma que a cultura e a criatividade são a chave para o desenvolvimento urbano sustentável, a Rede instituída pela Unesco alinhou-se a estas premissas e projeções, para adequar-se a agenda global. São muitas as cidades que fazem

parte da rede de cidades criativas presentes no relatório da UNESCO (2015). Aqui, citamos alguns exemplos:

- Categoria Música- Adelaide (Austrália), Idanha-a-Nova (Portugal), Katowice (Polônia), Kingston (Jamaica), Liverpool (Reino Unido), Medellín (Colômbia), Salvador (Brasil), Tongyeong (Coreia do Sul), Varanasi (Índia);
- Categoria Artesanato e Arte Folclórica- Al-Ahsa (Arábia Saudita), Bamiyan (Afeganistão), Jaipur (Índia), Lubumbashi (República Democrática do Congo), San Cristóbal de las Casas (México), Sasayama (Japão);
- Categoria Artes e Mídia- Austin (Estados Unidos da América);
- Categoria Literatura - Bagdá (Iraque), Barcelona (Espanha), Montevidéu (Uruguai), Nottingham (Reino Unido), Óbidos (Portugal), Tartu (Estônia), Ulyanovsk (Rússia);
- Categoria Design – Montreal (Canadá), Curitiba (Brasil), Bandung (Indonésia), Budapeste (Hungria), Cingapura (Cingapura), Puebla (México);
- Categoria Gastronomia – Florianópolis e Belém (Brasil), Bergen (Noruega), Burgos (Espanha), Dénia (Espanha), Ensenada (México), Gaziantep (Turquia), Parma (Itália), Tucson (Estados Unidos da América);
- Categoria Filme - Bitola (Antiga República Iugoslava da Macedônia), Roma (Itália), Santos (Brasil).

Para saber mais

Para saber mais sobre as cidades criativas, sugerimos que você visite a MídiaTeCa da disciplina para ter acesso o link da Unesco. Neste site você encontrará informações sempre atualizadas sobre o assunto.

Mesmo não fazendo parte da Rede de cidades criativas da Unesco, a cidade brasileira de Guaramiranga, no Ceará, é considerada um exemplo de cidade criativa, com apenas 5 mil habitantes e a 100 km distante de Fortaleza. Foi uma cidade grande produtora de café, mas tornou-se um local estagnado; famílias tradicionais faziam serestas e tertúlias¹, e o resgate destas tradições foi uma inspiração para duas produtoras culturais de Fortaleza, que idealizaram e promoverem o Festival de Jazz e Blues na pequena e acolhedora cidade. Tornou-se um importante destino para turistas, pelo clima frio, fauna, construções históricas e movimentos artísticos. Em 2016, estará realizando 17ª edição do Festival Jazz e Blues. O local não tinha infraestrutura para receber turistas e visitantes, mas os eventos provocaram

¹ Tertúlias significam reuniões familiares; agrupamentos de amigos; assembleias literárias; assembleias. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=tert%FAlia>>. Acesso em 13 de junho de 2016.

a iniciativa para novos e alternativos negócios, fazendas transformaram-se em pousadas, músicos regionais como gaiteiros e sanfoneiros foram identificados e cadastrados, surgiram restaurantes, cafés, a valorização das paisagens naturais da serra e os municípios vizinhos, a cidade ressignificou sua história, e o festival transformou a cidade, gerando emprego e renda, movimentando novamente a economia de toda a região (REIS e URANI, 2011, pp. 30-37).

Para Lerner, “a essência da cidade criativa depende de sua habilidade para construir um sonho coletivo e mobilizar os esforços de seus cidadãos, para transformar esse sonho em realidade – um esforço que pode ser realizado por qualquer cidade, pequena ou grande (LERNER, 2011, p. 39). Note, então, a importância do envolvimento de toda a sociedade na construção de uma cidade criativa e nesse aspecto podemos considerar os empreendedores uma categoria que influencia fortemente para que isso aconteça.

A grande base que sustentará a cidade criativa ou um território criativo são os pequenos negócios vinculados à mais diversas áreas e segmentos. Imagine a situação de uma cidade que incentivou o turismo e passa a receber grandes fluxos ao longo do ano. Atender essa demanda ficará a cargo dos negócios e empreendimentos estabelecidos para fornecer hospedagem, alimentação, venda de produtos e serviços dos mais variados. E note que aqui citamos exemplos de vários tamanhos de empresas, sendo que a grande maioria delas é formada por pequenos negócios. Desse modo, sim, o empreendedorismo tem papel fundamental para a configuração de cidades criativas.

Para saber mais

Para saber mais sobre o evento que proporcionou a cidade de Guaramiranga o título de cidade criativa no Brasil acesse o link na midiateca.

4 O empreendedor e a inovação neste contexto

A força empreendedora surge no contexto das cidades criativas, promovendo a identidade do local, sua cultura, através de formas diferenciadas e inovadoras, onde o contexto destes espaços urbanos favorece as iniciativas em diversas áreas. Mesmo em territórios tão diferentes, é possível ver que essas diferenças são alternativas e possibilidades para empreender. Para isso, são necessários projetos diferenciados, uma nova forma de olhar e conceber soluções, pessoas capacitadas e motivadas a empreender algo novo, e isso deve ocorrer desde a atuação do poder público, ao aplicar suas competências, até as iniciativas privadas.

Um exemplo clássico é a cidade de Medellín na Colômbia, que tinha uma imagem tão pejorativa em função do tráfico de drogas, corrupção e poder do crime organizado por Pablo Escobar. A cidade passou a ser conhecida como uma das cidades mais criativas do mundo a partir da inquietação de Sergio Fajardo, que se tornou prefeito e implementou um projeto de mudanças ligado à valorização dos espaços públicos. Ele integrou o sistema de transportes e

realizou algumas intervenções urbanas, por meio de um projeto estratégico implantado ao longo de duas décadas. Com isso, mudou completamente a vida de grande parte da população da cidade. Instalou escadas rolantes urbanas, bondinhos, parques e bibliotecas em áreas verdes e próximos a escolas. Os espaços públicos foram marcos do empoderamento para a comunidade, servindo como forma de recomeço, inspiração e esperança. A ONU considera este estudo de caso como: “O Milagre de Medellín” (PASSARELLI, 2015).

O empreendedor no contexto das cidades criativas possui a tarefa de perceber neste enredo cultural, formas criativas e originais de atuar em seu negócio, fazendo uma leitura do espaço urbano, percebendo quais as melhores alternativas a serem exploradas, quais são mais promissoras, complementando negócios já existentes, ou criando novas e inusitadas formas de empreender.

Outro exemplo é a cidade de Santos, que foi estabelecida como cidade criativa na categoria filme. Quantas oportunidades de negócios que podem surgir diante desta identificação de potencial, o poder público elaborou um planejamento estratégico colocando que a cidade possui potencial criativo para literatura, design e artesanato, patrimônio histórico, gastronomia, audiovisual e de tecnologias, vários talentos serão absorvidos nesta cidade, com diferentes especialidades, assim como irá atrair muito mais turistas, gerar renda e sucessivamente, criar novas oportunidades. Em todas as categorias de destaque, demonstra uma capacidade deste espaço urbano transformar-se num grande cenário de oportunidades para profissionais de diversas áreas, atuarem como empreendedores ou mesmo intraempreendedores, em espetáculos, arte, cultura, design, arquitetura, gastronomia, cinema, literatura, patrimônio, escolas, cursos e universidades.

Importante



Uma grande rede de oportunidades é gerada quando uma cidade encontra seu verdadeiro potencial, quando identifica suas particularidades, singularidades, e assim, gera o desenvolvimento sustentável, econômico e social.

Um outro segmento que auxilia a economia de uma cidade é o turismo. Cidades criativas atraem pessoas por estarem em movimento, promovendo seus aspectos particulares, são divulgadas e assim, o turismo gera oportunidades de negócios e renda, auxilia no crescimento, surgem hotéis, pousadas e consequentemente vários outros negócios que complementam, criando empregos, melhoria da qualidade de vida, é importante manter as características de identidade, para que a cidade não acabe perdendo seus atrativos, e assim seu potencial turístico e criativo.

Considerações finais

Nesta aula, vimos o que são cidades criativas, como elas favorecem o surgimento de novos negócios, do empreendedorismo e inovação. Vimos também que a identificação e a valorização do potencial de uma cidade são fundamentais para atrair turistas, gerar empregos, renda e formas criativas de empreender.

Vimos que existem várias categorias de cidades criativas, que o conhecimento nas áreas de cultura design, arquitetura, artes, filmes, música, tecnologias, mídias, comunicação, literatura e artesanato, são muito valorizadas, pois as economias criativas estão alicerçadas nestas áreas de conhecimento.

Através de vários exemplos, conseguimos perceber o quanto a iniciativa, formas diferenciadas de ver e atuar, fazem com que uma cidade possa desenvolver-se com qualidade de vida, sustentabilidade e crescimento econômico, transformando a vida das pessoas, tornando lugares atrativos e encantadores, quando a diversidade é vista como elemento de contribuição e desafio.

E, finalmente, cidades criativas valorizam sua população, seus costumes e singularidades, transformam estas características em grandes e promissoras oportunidades para empreendedores de diversas áreas, e ali profissionais capacitados são fundamentais; vimos que preservar suas riquezas naturais, seus encantos, não é manter-se estagnado, mas uma forma de crescer e desenvolver-se com consciência e responsabilidade.

A criatividade e o desenvolvimento sustentável são as mais fortes tendências para o desenvolvimento das cidades do futuro. Que venham os novos tempos!

Referências

BACELLAR, L. **Cidades Criativas: Entrevista com Ana Carla Fonseca**. Entre Esquinas 2015. Disponível em: <<http://entreesquinas.com.br/cidades-criativas-entrevista-com-ana-carla-fonseca/>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

IVERSEN, L. **Desenvolvimento urbano, clima e meio ambiente como vantagens competitivas**. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidade_s_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: maio. 2016.

KAGEYAMA, P. **Cidade Criativa**. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidade_s_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: maio. 2016.

LANDRY, C. **Cidade criativa é um lugar de inspiração**, IAB, RJ. 2014. Disponível em: <<http://www.iab.org.br/noticias/cidade-criativa-e-um-lugar-de-inspiracao-diz-charles-landry>>. Acesso em: 14 jan. 2016.

_____. **Cidade criativa: a história de um conceito.** In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: maio. 2016.

LERNER, J. **Qualquer cidade pode ser criativa.** In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: maio. 2016.

PASSARELLI, G. **Medellín: uma cidade transformada**, 2015. Disponível em: <<http://www.bayerjovens.com.br/pt/colunas/coluna/?materia=medellin-uma-cidade-transformada>>. Acesso em: 08 jan. 2016.

PESCE, B. **A menina do Vale:** Como o empreendedorismo pode mudar a sua vida. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012. Disponível em: <<http://www.ameninadovale.com/AMeninadoVale-BelPesce.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas: perspectivas.** São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2015.

REIS, A. C. F.; URANI, A. **Cidades criativas: perspectivas brasileiras.** In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2015.

REIS, A. C. F. Cidades criativas- burilando um conceito em formação. Iara – **Revista de Moda, Cultura e Arte** - São Paulo, V.4, N°1, abr., 2011 – Reflexões Estéticas.

_____. **Cidades criativas – Análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo.** Tese de doutorado. São Paulo, Universidade de São Paulo – USP/ Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2011.

UNESCO. **Rede de cidades criativas.** UNESCO no Brasil, 2015. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/belem_salvador_and_santos_become_part_of_unesco_creative_cities_network/#.VpaSyfkrLIU>. Acesso em: 01 jan. 2016.

VERHAGEN, E. Qualidade líquida da cidade. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Org.). **Cidades criativas: perspectivas.** São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro_70516/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>. Acesso em: jul. 2015.