

CIDADES CRIATIVAS, TURISMO CULTURAL E REGENERAÇÃO URBANA

Ana Carla Fonseca Reis

Para entendermos a criatividade no território urbano, é preciso antes de tudo salientar que a cidade é um ser vivo. Geograficamente localizado, fisicamente assentado em um traçado viário, administrativamente autônomo mas, acima de tudo, em constante mutação. Afinal, a cidade é formada por pessoas e suas relações físicas, sociais, culturais e econômicas.

Entender uma cidade exige seguir um fio histórico, unindo pilares identitários do passado, singularidades do presente e vocações futuras. Requer, também, revelar as intrincadas e multifacetadas relações entre formas de perceber a cidade, ler suas fragilidades e soltar as velas de seus potenciais. Começamos então um breve alinhavo histórico.

Embora seja objeto de debates, costuma-se assumir que a primeira cidade foi formada na Mesopotâmia, cerca de 3.000 anos A.C., como centro de comando e de troca de excedentes agrícolas. Nasceu, assim, profundamente ligada às relações econômicas, políticas, religiosas e sociais da época – e essa característica permaneceu ao longo da história.

Assumindo novos traços na Antiguidade, recontextualizada na Idade Média, a cidade sofreu uma transformação dramática durante o período industrial, que vingou do final do século XVIII às primeiras décadas do XX. O afastamento das pessoas do meio rural e sua aglomeração no espaço urbano, o acirramento da divisão do trabalho, a prevalência da manufatura, o excedente de capital que sustentou a formação das indústrias e a expansão do mercado consumidor para outros continentes, enfim, um emaranhado de condições caracterizou a cidade industrial e prenunciou uma série de problemas das cidades atuais, como a carência de moradia e o excesso de marginalização.

Na segunda metade do século XX, com o advento da chamada era pós-industrial, a sociedade e a economia do conhecimento novamente transformaram as cidades (ou algumas cidades, dado que muitas delas, em especial abaixo do Equador, continuam sendo industriais). Respalhada por novas formas de comunicação e de acesso à informação, pela economia dos serviços (de forma complementar e em parte substituta à industrial) e pelo impulso do fluxo internacional de capitais, entre outros fatores, a cidade pós-industrial tem em sua base o reconhecimento ao capital humano, tanto em termos sociais quanto econômicos¹.

GLOBALIZAÇÃO, TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES E O ADVENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

Já a partir do final da década de 1980 e início dos anos 1990, cultura e espaço foram afetados de forma crescente pela difusão das novas tecnologias e pelo acirramento da globalização. Os sentimentos despertados foram polarizantes. Para alguns, a globalização e as tecnologias

¹ Alguns dos economistas precursores dessa teoria, em meados do século XX, foram agraciados com o chamado Prêmio Nobel de Economia: Theodore Schultz (1979) e Gary Becker (1992).

digitais acelerariam a massificação da cultura, pasteurizando e solapando as culturas locais. Foi nesse âmbito que alguns países, dentre os quais a França, o Canadá e o Brasil, desfraldaram a bandeira da “Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais”, empunhada no âmbito da UNESCO.

Para outros, o binômio globalização-tecnologias digitais trazia a promessa de ser uma panaceia aos males da exclusão cultural, pois permitiria novas formas de criação, produção, distribuição e consumo, além de uma facilidade sem igual de acesso às culturas do mundo afora. Entre o otimismo ufanista e o pessimismo dramático, vingou o otimismo cauteloso. O acesso a novas formas de produção e consumo culturais de fato colocou várias sociedades em contato, em índices inéditos. O problema, porém, é que as tecnologias digitais – e, por decorrência, o conhecimento global – continua restrito a pessoas e regiões com recursos financeiros e infraestrutura de comunicação que permitam utilizá-las.

O mesmo se deu, de certa forma, com relação ao espaço. A transmissão de imagens e vídeos pelo mundo digital tornou próximos locais antes inatingíveis e revelou outros inimagináveis. Da experiência presencial (especialmente pelo turismo, a exemplo da avalanche de viajantes que se renderam à Nova Zelândia, após a filmagem de *O Senhor dos Anéis*) à que ocorre diante da tela do computador, o mundo pareceu se reduzir e o mundo de cada um se expandir. Os pessimistas de plantão viram nisso mais uma ameaça de pasteurização, a partir do momento em que se buscava copiar o de fora; já os otimistas incuráveis defenderam que a identidade sempre se fez por comparação e, sendo assim, o contraste com o outro fortaleceria as identidades de cada território.

Em paralelo, os paradigmas econômicos começaram a ser revistos, a despeito de ortodoxias. Nesse processo, o termo **indústrias criativas** surgiu em 1994, na Austrália, tomou visibilidade crescente em 1997, no Reino Unido e ganhou o mundo na primeira década do século XXI. Entendido como o conjunto de setores que têm por centro a criatividade humana, via de regra as indústrias criativas abrangem arte, artesanato, indústrias culturais e ainda os setores econômicos que bebem criatividade e cultura para devolver funcionalidade, a exemplo de moda, *design*, arquitetura, propaganda, *software* e mídias digitais. Após um primeiro momento de euforia, os vários países que mergulharam nessa questão começaram a definir, individualmente, os seus próprios setores criativos, como base de uma estratégia econômica e de desenvolvimento.

Mas não parou por aí. A discussão sobre indústrias criativas evoluiu para a da **economia criativa**, que abrange não só as primeiras, como também seus impactos nos demais setores da economia. Temos assim a moda, que impulsiona toda a cadeia têxtil e de confecções; a arquitetura, que dinamiza a construção civil. Em essência, a economia criativa reconhece que embora produtos e serviços possam ser copiados, a criatividade não é passível de cópia. Pode-se copiar o que ela cria, mas não sua fonte. E, portanto, a criatividade poderia estar na base competitiva da economia de uma região ou país.

É nesse contexto que surge também a discussão sobre **idades criativas**. Conceito de contornos fluidos, para alguns revela a efervescência do que é produzido criativamente no espaço urbano e seu potencial econômico. Para outros, o enfoque da produção se translada à prevalência de um ambiente capaz de gerar, capacitar, atrair e reter talentos que sustentem

essa criatividade e seu valor econômico agregado. Uma terceira (e não derradeira) corrente vê a essência da cidade criativa na confluência entre capacidade de geração tecnológica, formação de uma mentalidade aberta e tolerante e atração de talentos. Abordagens não colidentes nem exclusivas, que direcionam porém o olhar a ângulos específicos da questão.

A abordagem adotada neste capítulo evidencia a necessidade de tradução, a contextualização e a contribuição de algo novo a essas várias vertentes de definição. Bebendo nas fontes da economia criativa e do legado de estudos sobre o território urbano, *cidade criativa é aqui entendida como uma cidade capaz de transformar continuamente sua estrutura socioeconômica, com base na criatividade de seus habitantes e em uma aliança entre suas singularidades culturais e suas vocações econômicas.* É nessa convergência de objetivos entre agentes e setores que se desenha uma estratégia comum, contínua, voltada a resultados sociais, culturais e econômicos.

Temos aí o pressuposto básico de que a criatividade urbana interage com o campo cultural, já que o próprio território é um espaço de significados. Essa criatividade transborda a criação cultural em si e se refere mais ao modo de pensar e criar – inovador, aberto, descompromissado de dogmas – do que à cultura por seu aspecto estético, por valoroso que obviamente seja. Porém, aqui o eixo da discussão não é a estética mas o reconhecimento de que a transformação urbana é desencadeada pelo processo de criação. A criatividade impulsiona a busca de novos arranjos de governança entre público, privado e sociedade civil; de formas alternativas de financiamento (mais voltadas ao capital de conhecimento do que às garantias físicas); de inovações na gestão da cidade; de valorização da criatividade; e de busca de modelos colaborativos, nos quais todos ganham (ao invés de competitivos, nos quais um ganha no curto prazo e todos perdem).

Mas é importante enfatizar que transformações econômicas, sociais e das dinâmicas urbanas tornam imprescindível contemplar o território no qual as políticas culturais e de desenvolvimento se localizam. Isso já nos lança um pressuposto básico: o de que políticas, estratégias, modelos e ações não são copiáveis de uma cidade ou região a outra. Se têm na sua base a singularidade do espaço e as relações que aí se estabelecem, é evidente que não podem ser transpostos a outro contexto, sem a devida tradução. Vejamos como várias das cidades que hoje tendem a ser reconhecidas como criativas trabalharam essa questão.

CASOS EMBLEMÁTICOS

Se voltarmos à definição proposta para as cidades criativas, veremos que em sua base está a singularidade do território (suas identidades culturais, suas vocações econômicas, seu histórico, seu contexto, as dinâmicas que se estabelecem entre agentes e setores, enfim, seu DNA) – e ela deve ser o leme da política de desenvolvimento, entendida como um conjunto entrelaçado das políticas cultural, econômica, social e urbana. Copiar o resultado de outra cidade tem, ademais, o péssimo efeito de não construir o próprio processo: não estabelece uma governança compartilhada entre o público, o privado e a sociedade civil; não constrói laços colaborativos entre os agentes criativos; leva uma cidade a achar que o reflexo no espelho da outra é seu e, via de regra, ainda incorre em custos vultosos de consultoria e

projetos arquitetônicos de grande magnitude. Enfim, em vez de aprender a pescar, ao se copiar a solução dos outros compra-se um peixe que, além de tudo, pode ser muito indigesto. Aprender com as experiências (e cabeçadas) dos outros, porém, é muito saudável...

De uma ampla gama de cidades que aspiram a serem reconhecidas como criativas, de Londres a Toronto, de Johannesburgo a Berlim, veremos brevemente quatro casos, com históricos e contextos bastante diversos.

O primeiro deles, talvez o de maior destaque em termos mundiais na seara das cidades criativas, é **Barcelona**. Reconhecida hoje como cidade cultural por excelência, epicentro de produção criativa e pólo de atração de negócios e talentos, do audiovisual à biotecnologia, o processo de transformação de Barcelona tem porém raízes muito profundas. Na opinião de alguns barceloneses (Pardo, Mascarell), a cidade foi historicamente negligenciada pela capital do país. Por decorrência e necessidade, não negligenciou nenhuma oportunidade para angariar recursos públicos e privados capazes de impulsionar seu desenvolvimento, desde a Exposição Universal de 1888, até o Fórum Internacional das Culturas, em 2004.

A identidade cultural da cidade, vítima diletta da ditadura franquista, manteve-se resistente até a reconquista da democracia espanhola, em 1975. Esse capital cultural, de identidade aguerrida e cosmopolita, é tido como um dos grandes motores da criatividade urbana, impactando tanto no desenvolvimento físico da cidade (com a construção de novos eixos, como a Diagonal), como em seu modelo econômico e social. Emblemático disso é o projeto Barcelona 22@², voltado à recuperação de uma região degradada da cidade, ancorado em um modelo de cooperação público-privada e pautado por uma estratégia de longo prazo. A exemplo de outras regiões da cidade, esta já foi palco de diferentes crises e processos de precarização no cenário pós-industrial, tendo atualmente por foco os setores de tecnologia da informação, mídia, bioengenharia e novas energias. Em suma, setores intensivos em conhecimento e criatividade.

Ademais, Barcelona investiu pesadamente na recuperação de seu patrimônio histórico, na promoção de sua imagem no exterior e na construção ou fortalecimento de seus equipamentos culturais e espaços públicos. Como resultado, é o destino turístico preferido dos europeus que buscam viagens culturais de fim de semana e integrou de forma sólida o mapa dos pólos culturais mundiais. É nessa modernização tardia, mas concreta, que a cidade se encontra hoje, unindo conhecimento, tecnologia, cultura e turismo. Este, aliás, é um dos maiores aprendizados de Barcelona. Ao privilegiar sua imagem externa, a cidade é criticada por ter relegado a segundo plano o bem-estar de seus próprios habitantes. Com o aumento da demanda por imóveis, fomentada pelos profissionais e estudantes estrangeiros que passaram a ver Barcelona como farol criativo, os barceloneses tiveram de enfrentar a escalada do custo de vida, sentindo-se de certo modo alijados de sua própria cidade.

Bilbao, se tem uma trajetória com similaridades à de Barcelona, seguiu uma trilha paralela para se transformar socioeconomicamente. Cidade que se formou em função de seu porto e teve na extração mineral novo impulso sob a revolução industrial, entrou em crise aguda na era pós-industrial. Afinal, quando produtos passam a ser menos preponderantes que serviços,

² <http://www.22barcelona.com> Acessado em 27/08/2009.

um porto não é mais tão necessário; e nem o é a extração mineral. A história é comum a várias cidades que vicejaram sob o paradigma industrial, em especial as portuárias. Sua forma de sair da crise é porém mais inusitada.

Diante de uma crise que não lhe apontava alternativas fáceis, Bilbao realizou um profundo estudo de vocação pós-1980 – ou seja, consolidação da sociedade do conhecimento. Com o objetivo básico de encontrar uma estratégia que lhe granjeasse empregos, impostos, bem-estar social e a reposicionasse no mundo, a recuperação da cidade foi objeto de uma parceria entre agentes públicos e privados, que desenhou oito eixos estratégicos. Entre eles, vários ligados a infraestrutura (metrô, aeroporto), mas todos simbolizados por uma face visível: o Museu Guggenheim. Hoje, muitas cidades miram-se no Guggenheim como produto, esquecendo de analisar o processo que levou à sua construção e que têm no museu apenas a ponta de um iceberg.

A preocupação socioeconômica do projeto é evidente até mesmo na realização anual de um estudo de impacto do Guggenheim na economia basca espanhola³. De fato, os dados de 2007 revelam que 67% dos visitantes foram estrangeiros (ante 60% em 2006), tendo o museu contribuído para a economia da região com €220 milhões e a geração de 4.399 empregos, ademais de arrecadação tributária adicional, programa educacional e afins.

Mudemos de continente. **Medellín**, a segunda maior cidade colombiana em população, foi considerada em 1991 a cidade mais violenta do mundo. Internacionalmente, ainda levava a pecha do narcotráfico, o que em nada favorecia sua imagem. O processo de transformação teve início em um movimento cívico, independente e amplo, que aglutinou do meio acadêmico às empresas privadas, das associações comunitárias às ONGs mais diversas. Seu foco sempre recaiu sobre o investimento em dois setores: educação pública e cultura e teve claramente o apoio do governo municipal, muito criticado por algumas vozes que viam nesse investimento um desvio do premente combate ao crime.

Como armas de combate a cidade optou porém por livros, urbanismo social, iniciativas de fomento à criação cultural, fortalecimento à participação cidadã, recuperação da autoestima. Os resultados sociais e culturais vicejam. E mesmo a mudança de sua imagem internacional é evidente no fato de que hoje a cidade é pólo de turismo de negócios e palco de grandes eventos internacionais, a exemplo da Assembleia Geral da OEA, da Assembleia do BID, dos Jogos Sul-Americanos, do Congresso Ibero-Americano de Cultura e da Bienal Ibero-Americana de Arquitetura.

A face mais visível desse processo (e sempre há ao menos uma), porém, são as renomadas bibliotecas-parque, equipamentos culturais de ponta, tanto como conceito, quanto como projetos arquitetônicos, construídos nos locais socialmente mais frágeis da cidade. Com vasta programação educativa e cultural, são espaços públicos dos quais a comunidade se apropria, nos quais se desenvolve, se fortalece e se reconhece⁴.

³ Os estudos são disponibilizados pelo museu, sob demanda. <http://www.guggenheim-bilbao.es> Acessado em 27/08/2009.

⁴ <http://www.reddebibliotecas.org.co> Acessado em 27/08/2009.

E agora, mudemos de escala. Chegamos à singela **Guaramiranga**, cidadezinha cearense de cerca de cinco mil habitantes, que nos faz lembrar que pequenas cidades também podem ser criativas. O processo teve início em 2000, graças à iniciativa de duas produtoras culturais de Fortaleza, Rachel Gadelha e Marú Mamede. Profundamente enfronhadas no contexto local, elas perceberam as singularidades de Guaramiranga. Entre outras, ecos de saraus e tertúlias do início do século XX, quando as famílias abastadas de Fortaleza refugiavam-se do calor intenso, migrando para o enclave de Mata Atlântica da região de Guaramiranga. Na virada para a década passada, porém, a situação socioeconômica da cidade era periclitante e sem uma estratégia positiva de recuperação já delineada.

Analisando a situação da cultura fora da cidade, elas constataram que grandes talentos da música instrumental cearense passavam por uma situação profissional difícil e havia uma tendência ademais de desvalorização desse estilo. Perceberam, por fim, que o interior do Ceará era de modo geral desconhecido da maior parte do país e que durante o período do carnaval os próprios cearenses ficavam alijados de outros ritmos musicais, que não os importados de outros estados.

Unindo todos esses problemas e traços para transformá-los em solução, o “Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga” foi a bandeira de mudança e visibilidade da região, sustentada por uma estratégia sólida e uma série de ações enredadas. Fundamental nesse processo era que a comunidade local se apropriasse do festival – que este fosse da cidade e não na cidade. Para isso, o papel da AAGUA - Associação dos Amigos de Guaramiranga; o cuidado em oferecer 70% da programação de forma gratuita; em desenvolver um vasto programa paralelo, educativo e de mapeamento de talentos musicais; em fomentar a conversão de casas e fazendas em pousadas, restaurantes, cafés e pequenos negócios; e em promover a atração de turistas qualificados, que vissem a cidadã como sua anfitriã e não seu palco de entretenimento e desordem; e em estimular a formação de programas alternativos, a exemplo do turismo ecológico, foram aspectos cruciais. Hoje, os indicadores econômicos, turísticos, sociais e culturais da região mostram uma escalada frente aos originais e seus benefícios alcançam impacto também no restante do estado.

Por fim, uma iniciativa interessante a ser acompanhada é a **Rede de Cidades Criativas** da UNESCO. Lançada em 2004, com o objetivo precípua de formar uma rede de cidades que compartilhem experiências, impulsionem o potencial criativo conjunto e desenvolvam eventualmente projetos comuns. Para isso, o endosso conferido pela UNESCO é visto como um diferencial relevante.

À guisa de conclusão, identificamos no radar de cidades criativas, essa categoria ainda em formação, os exemplos mais originais, que nos trazem aprendizados acerca do que e do que não fazer. Certo, há elementos comuns a todos eles, como governança clara; políticas públicas com continuidade; convergência de interesses públicos, privados e da sociedade civil; engajamento da comunidade; investimento em educação e cultura, dentre outros ingredientes às vezes tão escassos nas prateleiras dos processos de transformação socioeconômica implementados em nossas cidades. Mas, acima de tudo, há a convicção de que o mundo urbano é possível; de que o passado influi, mas não determina o futuro; e de que os objetivos públicos, privados e da sociedade civil podem, sim, ser convergentes e parceiros na construção do desenvolvimento socioeconômico urbano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FLORIDA, Richard, *Who's Your City?* Nova Iorque: Basic Books, 2008

Cities and the Creative Class. Nova Iorque: Routledge, 2005

KOTKIN, Joel, *The City – a Global history*. Nova Iorque: Modern Library, 2005

LANDRY, Charles, *The Creative City*. Londres: Earthscan, 2000

MARITO, Félix (Ed.), *Ciudades Creativas. Vol. 1 – Cultura, territorio, economía y ciudad*. Barcelona: Fundación Kreanta, 2009

MASCARELL, Ferran, *Barcelona y la Modernidad – la Ciudad como proyecto de cultura*. Barcelona: Gedisa, 2007

MELGUIZO, Jorge, *Bibliotecas-Parque*. Palestra proferida no *Forum Lugares de Cultura*. Santiago de Compostela, 22/01/2009. Disponível em <http://www.vimeo.com/2924299> Acessado em 27/08/2009

MUMFORD, Lewis, *The City in History – its Origins, its transformations and its prospects*. Nova Iorque: Harcourt, 1989 (1961)

PARDO, Jordi, “Transformando cidades e regiões com criatividade – o caso de Barcelona”. Palestra proferida no *Fórum Internacional de Economia Criativa*. São Paulo, FIESP, 04/12/2007

REIS, Ana Carla Fonseca, *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento (Org.)*. São Paulo: Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008, Disponível em: http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf Acessado em 27/08/2009