

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Patrícia Rodrigues de Azevedo

**POTENCIALIDADE DA CIDADE BAIXA PARA CONSTITUIR-SE
COMO POLO CRIATIVO: A PERSPECTIVA DOS MORADORES**

Porto Alegre

2014

Patrícia Rodrigues de Azevedo

**POTENCIALIDADE DA CIDADE BAIXA PARA CONSTITUIR-SE
COMO POLO CRIATIVO: A PERSPECTIVA DOS MORADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel
em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Sidinei Rocha de Oliveira

Porto Alegre

2014

Patrícia Rodrigues de Azevedo

**POTENCIALIDADE DA CIDADE BAIXA PARA CONSTITUIR-SE
COMO POLO CRIATIVO: A PERSPECTIVA DOS MORADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel
em Administração.

Conceito Final:

Aprovado em ____ de Dezembro de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Maria Tereza Flores-Pereira – UFRGS

Prof. Dr. Sidinei Rocha de Oliveira (Orientador) – UFRGS

À Cidade Baixa e seus amantes.

AGRADECIMENTOS

Agradeço àqueles que se dispuseram a construir este trabalho junto comigo, fosse à noite, depois de um dia cansativo; fosse em uma tarde agradável, tomando um café; ou no parque em um domingo de sol.

*“A partir dos anos 70, quando a indústria de base passou a perder força na cidade (Porto Alegre), muitos talentos migraram. E nós temos que buscar uma forma de manter os talentos locais aqui e não perdê-los para os grandes centros. Precisamos fazer isso aproveitando ideias e experiências de quem já investe nesse setor e tem sucesso. **Apostar na Economia Criativa é pensar no desenvolvimento da cidade de forma sustentável.**”*

(Prefeito José Fortunati, 2012)

RESUMO

Esta pesquisa analisa a percepção dos moradores da Cidade Baixa quanto à potencialidade do território para constituir-se como Polo Criativo. Por meio dos critérios definidos por Lima (2012) para identificação de ambientes criativos, foi desenvolvido um roteiro de entrevistas aplicado a 17 moradores. Concluiu-se que, devido ao seu histórico, a vocação local é a boemia, tendo como valores intangíveis a sociodiversidade e a tolerância. O ponto negativo que recebeu destaque nas respostas foi a insegurança presente nas ruas da região. Questionados a respeito dos negócios criativos locais, todos os respondentes confirmaram sua forte presença, sobretudo das atividades musicais e ao ar livre. Segundo os residentes falta, entretanto, o desenvolvimento das artes plásticas no território. Sobre atuações locais, os grupos citados foram o Cidade Baixa em Alta e a Associação dos Moradores. De uma maneira geral, pouco foi mencionado sobre práticas de responsabilidade social e ambiental, transparecendo uma falta ou de conhecimento da população quanto às práticas locais ou da existência de tais ações. Sendo assim, o território apresenta potencialidade considerável para constituir-se como Polo Criativo necessitando de maior investimento público em: segurança, relacionamento entre as instituições que atuam na região, valorização das artes plásticas e estímulo a ações civis como o Cidade Baixa em Alta. Sugere-se, ainda: o desenvolvimento de pesquisas quantitativas e descritivas a respeito da economia local, do uso de tecnologias nesta e das práticas de responsabilidade social e ambiental; bem como de análises a respeito da perspectiva dos demais atores relevantes da região como comerciantes e frequentadores.

PALAVRAS-CHAVE: Cidade Baixa, Polo Criativo, Economia Criativa, Porto Alegre.

ABSTRACT

This research analyzes the perception of Cidade Baixa dwellers about the area's potentiality to be a Creative Hub. Through the criteria defined by Lima (2012) to identify creative environments, a set of guidelines was developed for interviews, which were applied to 17 dwellers. It was concluded that, due to its history, the vocation of the place is the bohemia, having as its intangible values the sociodiversity and the tolerance. The negative point, which has been highlighted in the answers, is the insecurity of Cidade Baixa. When asked about the creative businesses, all interviewees sustained their strong presence, in musical activities and outdoor events above all. Despite this, according to these dwellers, they lack the development of visual arts in the area. About local actors, the groups mentioned were Cidade Baixa em Alta and the Neighborhood Association. In general terms, little was mentioned about environmental and social practices, showing people's lack of knowledge about local practices or their absence in these actions. Therefore, the area presents meaningful potential to be a Creative Hub, in need of more public investment in: security, relationship between the institutions which work in the area, appreciation of the visual arts and encouragement of civil actions like Cidade Baixa em Alta. Also, it suggests the development of descriptive and qualitative researches about the local economy, use of technologies on it and the social and environmental responsibilities practices, as well as the analyzes of the other relevant actors in the region, like business people and the visitors.

KEYWORDS: Cidade Baixa, Creative Hub, Creative Economy, Porto Alegre.

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Alinhamento dos Ministérios ao Eixo de Territórios Criativos do Plano da Secretaria de Economia Criativa.....	21
Tabela 2 Caracterização dos entrevistados.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cidade Baixa em relação aos principais equipamentos de Porto Alegre	36
Figura 2 Região da Foz do Dilúvio em 1970	37
Figura 3 O fundo das casas da Rua da Margem - 1928	39
Figura 4 Vista aérea do Riacho - 1926.....	40
Figura 5 Localização aproximada dos entrevistados	45
Figura 6 Desenho dos limites territoriais da Cidade Baixa.....	69

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	15
2 OBJETIVOS	17
2.1 GERAL	17
2.2 ESPECÍFICOS	17
3 JUSTIFICATIVA	18
4 QUADRO TEÓRICO	20
4.1 POLO CRIATIVO: UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO.	20
4.1.1 Territórios Criativos.....	20
4.1.2 Cidades Criativas.....	24
4.1.3 Polos Criativos	27
4.2 CIDADE BAIXA: CARACTERIZAÇÃO DO POLO CRIATIVO EM POTENCIAL.....	35
4.2.1 Histórico	36
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	42
5.1 TÉCNICA DE PESQUISA	42
5.2 COLETA DE DADOS E OS SUJEITOS DA PESQUISA	43
6 ANÁLISE DE DADOS	46
6.1 CAMPO DA ECONOMIA E DA GESTÃO.....	46
6.1.1 Desenvolvimento da Atividade Econômica Local	46
6.1.2 Convergências de Atuação	50
6.1.3 Concentração Setorial de Iniciativas.....	52
6.1.4 Adensamento Empresarial.....	53
6.2 CAMPO DA CULTURA E DA IDENTIDADE.....	55
6.2.1 Construção da Imagem Coletiva	55
6.2.2 Valor Agregado Intangível.....	58
6.3 CAMPO DAS RELAÇÕES SOCIAIS.....	60
6.3.1 Formas de Governança Próprias.....	60
6.3.2 Desenvolvimento de Tecnologias	63
6.3.3 Sustentabilidade Ambiental e Social	64
6.4 INFORMAÇÕES DIVERSAS.....	67

6.4.1	Limites territoriais.....	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS		71
ANEXOS		75
1	ROTEIRO DE ENTREVISTA	75
2	MANUAL DE BOA CONVIVÊNCIA	76
REFERÊNCIAS		77

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como objetivo principal analisar a percepção dos moradores da Cidade Baixa quanto a potencialidade do território para constituir-se como Polo Criativo. Para isso, foi feita uma pesquisa descritivo-exploratória com abordagem qualitativa, sendo aplicadas 17 entrevistas em profundidade. As questões do roteiro de entrevistas, bem como o processo analítico das mesmas basearam-se em nove critérios inter-relacionados descritos por Lima (2012).

A Economia Criativa tem sido considerada eixo estratégico de desenvolvimento para diversos países – como China, Austrália e Espanha – e instituições internacionais – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O setor produz riqueza cultural, econômica e social seguindo quatro princípios: Diversidade Cultural, Sustentabilidade, Inovação e Inclusão Social. Desta maneira, a sociedade civil é envolvida na regeneração econômica e cultural do território em que se insere. Suas atividades caracterizam-se pela prevalência da dimensão simbólica e estão ligadas à criatividade, à cultura e ao conhecimento (MINC, 2011).

A Cidade Baixa é uma microrregião de Porto Alegre que vem apresentando forte participação da sociedade civil no que diz respeito ao desenvolvimento e a regeneração local. O bairro possui grande quantidade de estabelecimentos comerciais assim como residências. Em seu território, ações de preço justo, práticas de solidariedade, eventos culturais e coleta seletiva são incentivados por associações que trabalham em prol da região. Sua história, intensamente marcada por grandes acontecimentos e personagens, alinha-se a sua situação presente de palco de encontros e manifestações sociais.

Este trabalho justifica-se ao apresentar contribuições para ampliar a discussão sobre Economia Criativa, sobretudo em culturas similares a do sul do Brasil. Ademais, contribui para instituição de um Polo Criativo Gaúcho que tem como principal característica ter sido iniciado pela sociedade civil. O que faz deste estudo, ainda, um incentivo à participação dos cidadãos na construção de propostas sólidas de gestão pública no que se refere à inclusão social, à diversidade cultural e ao desenvolvimento sustentável.

Encerra-se a Introdução com a estrutura do presente trabalho. O capítulo 1 apresenta a formulação do problema-chave da pesquisa. No segundo, terceiro e quarto capítulos,

explicitam-se, respectivamente: Objetivos – Geral e Específicos; Justificativa, que revela a importância deste estudo; Quadro Teórico, que aborda o conceito de Polo Criativo – apoiando-se em autores como Charles Landry e Ana Carla Reis – e a caracterização da Cidade Baixa. Os métodos de pesquisa e coleta de dados são expostos no capítulo 5 – Procedimentos Metodológicos. Em Análise de Dados (Capítulo 6), apresentam-se os resultados obtidos; e, por fim, Considerações Finais conclui este trabalho por meio da apresentação das principais descobertas, assim como a proposição de estratégias para a constituição de um Polo Criativo na Cidade Baixa.

1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

A partir do final dos anos 2000, a busca de soluções para uma série de crises econômicas e sociais, desencadeadas pelas turbulências dos sistemas financeiros, tem sido tema de discussões ao redor do mundo. Alguns países têm trabalhado esse cenário como uma oportunidade de repensar suas estratégias de desenvolvimento, já que os modelos econômicos tradicionais revelaram certa fragilidade (LIMA, 2012). Segundo Edna dos Santos-Duisenberg, chefe do Programa de Economia Criativa da UNCTAD, a hora é de buscar um enfoque holístico e “incorporar as dimensões sociais, culturais, tecnológicas e ambientais nas novas estratégias a fim de assegurar um desenvolvimento que seja, ao mesmo tempo, sustentável e inclusivo” (DUISENBERG, 2008, p. 57).

A concepção de Economia Criativa é definida pelo Ministério da Cultura (2011, p. 25) como “a economia do intangível, do simbólico” por utilizar de recursos que não se esgotam, mas se multiplicam com o uso como a imaginação, a criatividade e a cultura.

Ao lidar com recursos renováveis, a Economia Criativa é estratégica para a sustentabilidade do planeta e de nossa espécie. Mas vai além: não é apenas uma atividade econômica, é também um fator de interação e evolução social, que pode fornecer elementos-chave para um desenvolvimento baseado na percepção de nossa interdependência planetária. Ao atuar simultaneamente nas quatro dimensões ligadas à sustentabilidade (econômico, social, ambiental e simbólico), a Economia Criativa oferece possibilidade de recriar as sociedades e seus modelos, desenhando futuros mais desejáveis e harmônicos. (DEHEINZELIN, 2008, p. 24)

China, Austrália e Espanha, por exemplo, aprimoraram seus setores criativos sobretudo para transformar áreas degradadas socialmente (REIS, 2009). O Brasil criou, através do Decreto 7.743/2012, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) com o objetivo de contribuir para que a cultura incorpore as estratégias brasileiras. Essa nova área da gestão pública trata de assumir o desafio de pensar o desenvolvimento mais como processo cultural do que como produto; de resgatar a criatividade do povo brasileiro; de posicionar a abundância, a sustentabilidade social e a inclusão produtiva no cerne das políticas públicas do Brasil (LEITÃO, 2011). No Plano Nacional de Cultura (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013, p.38), os Territórios Criativos estão presentes na meta 8: “Reconhecer 110 territórios com requisitos que os qualifiquem como criativos”. O território legitimado terá uma chancela e receberá recursos do MinC (Ministério da Cultura do Brasil) para o desenvolvimento da Economia Criativa.

Lima (2012) discute a identificação de territórios criativos por meio de nove critérios inter-relacionados: 1.Desenvolvimento da Atividade Econômica Local, 2.Convergências de

Atuação, 3.Concentração Setorial de Iniciativas, 4.Adensamento Empresarial, 5.Construção da Imagem Coletiva, 6.Valor Agregado Intangível, 7.Formas de Governança Próprias, 8.Desenvolvimento de Tecnologias e 9.Sustentabilidade Ambiental e Social. Os primeiros quatro critérios pertencem ao Campo da Economia e da Gestão; os dois seguintes, ao Campo da Identidade e da Cultura; e os três últimos, referem-se ao Campo das Relações Sociais conforme separação da própria autora.

Segundo o prefeito Fortunati¹, a Federação do Comércio de São Paulo destaca Porto Alegre como a principal cidade do país no que diz respeito à potencialidade de desenvolvimento da Economia Criativa. A capital gaúcha instituiu o Comitê Municipal de Economia Criativa, cujo objetivo é promover e mapear o segmento a partir de cinco eixos: sustentabilidade, marcos legais, educação continuada, fortalecimento das organizações e territorialidade. A cidade possui uma diversidade de atividades criativas, sobretudo na Cidade Baixa. Nesta microrregião, encontramos: o Núcleo Urbanoide de artistas visuais independentes, a feira gastronômica de rua conhecida como Calçada Gourmet, o Cinema do Centro Comercial Olaria, os músicos que cantam pelos diversos estabelecimentos de entretenimento, o Teatro da Câmara Túlio Piva, prédios tombados pelo Patrimônio Histórico, o Museu Joaquim José Felizardo entre outros empreendimentos criativos que se inserem na rotina dos moradores.

Observadas a riqueza do território da Cidade Baixa no que diz respeito às atividades que fomentam cultura, criatividade e conhecimento e a produção literária citada, constrói-se a questão norteadora deste estudo:

Como os Moradores da Cidade Baixa percebem a Potencialidade do Território para constituir-se como Polo Criativo?

¹ Reportagem sobre a criação do Comitê Municipal de Economia Criativa. Prefeitura de Porto Alegre, outubro 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ern85YjwP24>> Acesso em: 30 de mar 2014.

2 OBJETIVOS

A partir da problemática formulada, estabelecem-se os objetivos, geral e específicos, para esta pesquisa.

2.1 GERAL

- Analisar a percepção dos moradores da Cidade Baixa quanto à potencialidade do território para constituir-se como Polo Criativo.

2.2 ESPECÍFICOS

- Analisar a existência dos elementos descritos por Lima (2012);
- Identificar os limites territoriais do ambiente estudado;
- Propor estratégias e ações para a constituição da Cidade Baixa como Polo Criativo.

3 JUSTIFICATIVA

Apesar da sua relevância, temas ligados à Economia Criativa, de modo geral, ainda são pouco explorados em pesquisas acadêmicas. Estados Unidos, Canadá e Europa Ocidental são os principais provedores da literatura existente sobre o tema (HANNESSEY & AMABILE, 2010). Referências que não são adequadas para explicar fenômenos em culturas distintas, como no caso de um território específico no sul do Brasil. O presente estudo busca ampliar e aprofundar a literatura sobre o tema, contemplando as peculiaridades da sua inserção no contexto regional e nacional.

Em 2013, na declaração de Hangzhou², a UNESCO solicitou que a cultura fosse integrada às políticas e aos planos de desenvolvimento sustentável em todo o mundo com o objetivo de reduzir a pobreza e contribuir para o desenvolvimento inclusivo. Governantes e educadores reconhecem que as dificuldades enfrentadas na educação, saúde e economia serão tratadas somente com criatividade (HANNESSEY & AMABILE, 2010). O desenvolvimento como o conhecemos coexiste com a desigualdade e a pobreza disseminada (VEIGA, 2008); contudo, quando a criatividade é alinhada ao conhecimento, abrem-se oportunidades às classes desfavorecidas de se inserirem econômica e socialmente (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013). Nesse sentido, o estudo das potencialidades de um Polo Criativo na Cidade Baixa contribui com o enfrentamento dos problemas sociais, visto que a criatividade tem favorecido a inclusão, a diversidade cultural e a sustentabilidade (UNCTAD, 2010).

Segundo a UNCTAD (2013b), mesmo em meio à crise, o comércio dos chamados bens e serviços criativos cresceu 11%: de US\$ 559 bilhão (R\$ 1,1 trilhão) em 2010, para o recorde de US\$ 624 bilhões (R\$ 1,2 trilhões) em 2011. De 2002 a 2011, as exportações e importações de bens e serviços criativos do Brasil aumentaram 4 vezes, de US\$ 69 bilhões (R\$ 139 bilhões) para US\$ 282 bilhões (R\$ 571 bilhões). Ainda de acordo com a UNCTAD (2013a), embora o setor criativo esteja em plena ascensão, muitos fatores críticos, condições ou variáveis deverão ser consideradas ao se tomar decisões e designar estratégias políticas e programas para formação de novos caminhos de desenvolvimento da economia criativa local. Esses caminhos surgem de processos orgânicos e interativos com a comunidade e as iniciativas locais. O presente estudo busca investigar o trabalho que já tem sido feito pela sociedade civil para o desenvolvimento da Cidade Baixa, incentivando, desta maneira, a

² UNESCO. The Hangzhou Declaration. 2013. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002212/221238m.pdf>> Acesso em: 02 de abril de 2014.

participação pública na regeneração urbana. Além disso, busca-se fortalecer as bases da gestão pública para tomada de decisões.

4 QUADRO TEÓRICO

Este capítulo apresenta a base conceitual da presente pesquisa. São tratados os conceitos de Polo Criativo e a caracterização da Cidade Baixa. Deste modo, a fundamentação teórica divide-se em dois itens principais: “Polo Criativo: um conceito em construção” e “Cidade Baixa: caracterização do Polo Criativo em potencial”.

4.1 POLO CRIATIVO: UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO.

O Plano da Secretaria da Economia Criativa define Polo Criativo como “o conjunto de empreendimentos criativos geograficamente próximos e circunscritos a um território de pequena dimensão” (MINC, 2011, p. 68). Entretanto, demais produções bibliográficas acerca de Polos Criativos são escassas, tanto em âmbito nacional quanto em internacional (LIMA, 2012). Desse modo, os conceitos correlatos “Territórios Criativos” e “Cidades Criativas” são explorados em subitens homônimos. Ademais, a principal base conceitual que conduz a análise da presente pesquisa encontra-se no livro “Polos Criativos – um estudo dos pequenos territórios criativos brasileiros” da consultora da UNESCO Selma Maria Santiago Lima, estudado no subitem intitulado “Polos Criativos”.

4.1.1 Territórios Criativos

Territórios Criativos podem ser Bacias, Polos ou Cidades Criativas; lugares que se diferenciam apenas em função de sua amplitude (MINC, 2011). O Brasil tem buscado seguir o exemplo de países como a Espanha ao firmar políticas de desenvolvimento desses territórios, enquanto pesquisadores buscam identificar elementos inerentes a esses locais.

No Brasil, o Ministério da Cultura – por meio do Plano Nacional de Cultura (Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010) – tem como meta reconhecer 110 territórios criativos do

país, cedendo-lhes uma chancela. O reconhecimento garante, ao território, recursos para formulação de planos de desenvolvimento que tenham a Economia Criativa como estratégia. Desta maneira, amplia-se a necessidade de criar um sistema de governança que una sociedade civil local e poder público.

Tal meta vai ao encontro do que vem sendo discutido nas Conferências Nacionais de Cultura (CNC) e no Plano da Secretaria da Economia Criativa. De fato, a 3ª CNC, em seu eixo 4 – Cultura e Desenvolvimento – pretende, no subitem 4.1, institucionalizar Territórios Criativos. A Secretaria da Economia Criativa, por sua vez, tem como uma de suas competências: “Fomentar a identificação, a criação e o desenvolvimento de Polos, Cidades e Territórios Criativos com o objetivo de gerar e potencializar novos empreendimentos, trabalho e renda no campo dos Setores Criativos” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013, p. 44).

Com essas ações, o Ministério da Cultura pretende: “efetivar a inclusão da cultura como parâmetro no planejamento e implantação de programas intersetoriais, de modo a garantir a incorporação do patrimônio material e imaterial nas iniciativas de desenvolvimento local, regional e nacional” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013, p. 50). Outros Ministérios têm sido incluídos no Plano da Secretaria de Economia Criativa em relação ao eixo “Territórios Criativos” como demonstra a Tab. (1).

Tabela 1 Alinhamento dos Ministérios ao Eixo de Territórios Criativos do Plano da Secretaria de Economia Criativa.

Ministério	Parceria
Ministério dos Esportes	Desenvolvimento de ações de qualificação dos territórios das cidades-sede da Copa do Mundo e da cidade-sede das Olimpíadas.
Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior – MDIC	Mapeamento de vocações regionais nas cidades-sede da Copa do Mundo e qualificação dos espaços via design urbano.
Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT	Institucionalização de territórios criativos em articulação com o projeto Cidades Inteligentes do MCT.
Ministério das Comunicações	Implementação do Plano Nacional de Banda Larga no sentido de qualificar a infraestrutura dos territórios criativos; Institucionalização de territórios criativos em articulação com o projeto Cidades Digitais do Ministério.
Ministério das Cidades	Articular a institucionalização de territórios criativos.
Ministério do Turismo	Em convergência com o Projeto Economia da Experiência, realizar estudos de competitividade, identificando destinos indutores de desenvolvimento turístico regional.

Fonte: Elaborado pela autora baseada em: MINC (2011). Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura. pp. 53-54.

Para o desenvolvimento desses territórios, Florida (2002) sugere, como elemento principal, o aumento da produtividade associado à aglomeração de pessoas qualificadas e

criativas. Sendo assim, a capacidade de um local de atrair e gerar essa Classe Criativa³ é determinante para seu crescimento. Tal grupo tende a se estabelecer em regiões com elevada qualidade de vida, acesso a diferentes atividades culturais, vida social ativa e sociedade heterogênea (NEW ENGLAND COUNCIL, 2000).

Segundo Pareja-Eastway (2010), outras características favorecem o desenvolvimento de Indústrias Culturais e Criativas: qualidades pessoais, força de vontade, liderança, cultura organizativa, identidade local e espaços e equipamentos urbanos adequados são essenciais para a fomentação dessas indústrias. Ademais, os aspectos políticos, econômicos e sociais da história regional contribuem decisivamente para a formação de um ambiente criativo. A autora destaca dois fatores relevantes para a localização da Economia Criativa em determinado território: *soft* – qualidade residencial, tolerância e ambiente – e *network* – relacionamentos interpessoais e ser natural do local.

Neste contexto, as particularidades culturais de cada região têm sido fundamentais para a criação de ações efetivas de desenvolvimento local em detrimento da absorção passiva de elementos de hegemonia global (REIS, 2008; LIMA, 2012). Segundo Santos (2000), território é mais que delimitação geográfica, é um espaço de construção de culturas, identidades e laços de cooperação únicos. O autor (2005) compreende o espaço como fruto da relação do homem com a totalidade da natureza, tendo alto valor a formação do território, seus elementos históricos, sociais, políticos e econômicos. A análise geográfica, focada na forma, acaba por impedir um estudo da formação territorial segundo suas relações.

O espaço é a matéria trabalhada por excelência. Nenhum dos objetos sociais tem tamanha imposição sobre o homem, nenhum está tão presente no cotidiano dos indivíduos. A casa, o local de trabalho, os pontos de encontro, os caminhos que unem estes pontos são igualmente elementos passivos que condicionam as atividades do homem e comandam a prática social. (SANTOS, 2005, p. 34)

Santos (2005) destaca a Formação Econômica e Social (FES) como categoria de análise. A FES relaciona a história particular de uma sociedade com as forças externas que nela incidem. Desta maneira, propõe um estudo da unidade e da totalidade em relação tanto aos modos de produção quanto a sua distribuição ao longo da história. Segundo o autor, “a localização num dado sítio e num dado momento das frações da totalidade social depende tanto das necessidades concretas de realização da formação social quanto das características do próprio sítio” (SANTOS, 2005, pp. 30-31).

Cada momento de um espaço é configurado segundo seu histórico e suas necessidades, sendo efeito e condição de transformações que ocorrem continuamente (SANTOS, 2005). A

³ O termo é adotado segundo a descrição de Florida (2005). Indivíduos criativos são aqueles que se ocupam de atividades criativas como *games*, *softwares*, audiovisual, *design*, moda, editoração, mídia e arquitetura.

utilização do espaço é o que determina um território, não suas delimitações geográficas. Nesta perspectiva, o foco está na análise das relações sociais e aspectos identitários, o que permite observar os aspectos simbólicos que integram e separam os residentes, trabalhadores ou frequentadores de determinado território.

Deste modo, o Território Criativo pode ser compreendido como o espaço ocupado por manifestações criativas materiais e simbólicas que integra residentes, comerciantes, produtores, e frequentadores ligados ao lugar pelo elo afetivo estabelecido no decorrer de sua trajetória de vida. Considera-se para compreensão deste território: a história das manifestações criativas, seu movimento ao longo do tempo; a relação estabelecida entre aspectos sociais, culturais e econômicos no direcionamento das manifestações criativas daquele espaço; a diversidade de criatividades apresentadas pelos integrantes deste lugar; a relação de continuidades e descontinuidades estabelecidas entre estas formas criativas e os contextos nacional e internacional (SANTOS, 2005).

Assim como Santos, Fonseca e Urani (2011) tratam de território como a justaposição entre mapa geográfico e mapas mentais e afetivos dos habitantes. As conexões se dão em diversas dimensões: histórica, entre o passado da cidade que forma sua identidade e sua estratégia de futuro, desenhando a cidade que se quer ter; geográfica, entre bairros e zonas, o que é especialmente importante nas grandes cidades, não raro fragmentadas; de governança, com a participação dos setores público, privado e da sociedade civil, cada um com seu papel muito claramente definido; de diversidades, aglutinando pessoas com distintos pontos de vista, profissões, culturas, comportamentos; entre local e global, preservando as singularidades da cidade, sem por isso se isolar do mundo.

Segundo Marinho (2009), os Territórios Criativos são espaços de articulação dos segmentos culturais. Infraestrutura física e imaterial juntamente com suportes tecnológicos possibilitam economias de escala de difícil mensuração, além de novas tecnologias.

Ao apropriar a inovação nos ciclos econômicos, os Territórios Criativos transformam cadeias produtivas em cadeias de valor, qualificando os processos de criação, produção, fruição, distribuição e consumo de bens e serviços. Tais territórios se diferenciam das cidades tradicionais, pois usam o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos de produção. (MARINHO, 2009, p. 252)

Embora “Território Criativo” seja um termo mais abrangente, muitos pesquisadores têm centrado suas análises na observação das Cidades Criativas.

4.1.2 Cidades Criativas

Em 1988, uma conferência internacional em Melbourne intitulada “Cidade Criativa” discutia como as artes e a cultura poderiam ser mais bem integradas no processo de planejamento para o desenvolvimento da cidade. Em 1994, o Primeiro-Ministro da Austrália, Paul Keating, lançou uma política cultural chamada “Nação Criativa”, reconhecendo a cultura como recurso identitário e econômico para o desenvolvimento do país. No ano seguinte, uma publicação em especial ampliou a noção de Cidade Criativa: *The Creative City* (A Cidade Criativa, Landry & Bianchini, 1995) (LANDRY, 2011).

A cultura, segundo Landry (2000), tem papel crucial no desenvolvimento de uma cidade, seja como processo de criação estética e funcional, seja por sua carga simbólica, impacto econômico, atratividade turística ou como parte de uma agenda de inclusão social. O autor, em suas observações, salienta os três Cs: Cultura – valorização da cultura, da criatividade e dos recursos culturais – Cooperação – participação ativa dos cidadãos – e Comunicação.

Yde (2012) argumenta que a cidade é uma rede viva de relação entre as práticas de lazer, a produção cultural e a promoção de um cidadão criativo. Os modelos de produção urbanos evoluíram desde a visão fordista-industrial até a atual economia pós-fordista (ou capitalismo cognitivo) baseada na produção de ideias, conhecimento e inovação. Desta maneira, os planos de fortalecimento econômico e regeneração urbana estão aproximando-se das indústrias culturais.

Passada uma década do surgimento do conceito de Cidade Criativa, países de todo o mundo passaram a buscar um modelo de organização urbana coerente com um paradigma socioeconômico em transição do industrial ao do conhecimento (REIS, 2011a). Como destacado no livro de Jacobs (2001), as cidades são decisivas na atração, aglomeração e mobilização de pessoas criativas. Surgem, assim, questões relativas ao perfil da Classe Criativa, como incentivar a criatividade e como criar um Ambiente Criativo.

Pardo (2011, p. 88) afirma que “uma Cidade Criativa é um sistema social, cultural e econômico de natureza urbana, no qual a criação de oportunidades, prosperidade e riqueza está baseada na habilidade de gerar valor com a força de ideias, informação, conhecimento e talento”. O autor apresenta quatro requisitos para uma cidade ser considerada criativa: exercício da livre cidadania; ambientes socialmente complexos; áreas culturalmente dinâmicas; qualidade de vida democrática combinada com segurança.

Lerner (2011) complementa tal pensamento ao afirmar que, embora nem toda cidade seja criativa, um sonho coletivo para sua transformação – baseado em sua aspiração e esforços conjuntos – poderia torná-la desde que ela possua sociodiversidade, identidade e conexão entre as pessoas e o ambiente. Esse processo incrementaria a qualidade de vida urbana, expressa por meio do incremento da sustentabilidade, mobilidade e solidariedade.

Segundo Branea (*et al.*, 2013), existem três modelos de desenvolvimento urbanos: o primeiro (modelo de serviços) refere-se às estratégias baseadas no turismo, cultura, entretenimento e desenvolvimento comercial; o segundo (modelo empreendedor) baseia sua estratégia no uso de universidades, ideias, talentos para criação de tecnologias de ponta e aplicação da inovação; o terceiro (modelo sustentável) busca um desenvolvimento balanceado de todo critério econômico, ecológico e social. Independente do modelo escolhido, o primeiro passo é ganhar o suporte da comunidade local. Para a autora, o modelo sustentável deveria ser o principal objetivo de gestão de uma cidade, já que evita o desenvolvimento unilateral e tenta prevenir os desequilíbrios sociais e ecológicos.

Convergente a Branea (*et al.*, 2013), Yde (2012) afirma que as estratégias criativas de desenvolvimento trazem benefícios não só sociais (revitalização de espaços públicos, aumento da participação do cidadão, educação), mas também econômicos (geração de emprego, ativação da economia, desenvolvimento das indústrias de entretenimento). Entretanto, esses aspectos têm sido analisados de forma independente, não pelo fato de suas categorias serem conceitualmente excludentes, mas devido ao desafio de manter um equilíbrio explicativo entre ambos.

Segundo Reis (2011b), nos últimos anos, o que tem tornado as cidades capazes de superar obstáculos intransponíveis é a criatividade. A autora (2009) afirma que a criatividade não pode ser copiada, embora os produtos por ela criados possam. Da mesma forma, as estratégias de uma cidade não são transponíveis a outra, já que a singularidade do espaço está na base de suas políticas de desenvolvimento. Em seus estudos, a criatividade é citada como base competitiva da economia:

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). (REIS, 2009, p. 237)

Florida (2005) destaca a criatividade para geração de crescimento regional. Conforme o autor, a classe criativa é a responsável pelo crescimento econômico. As Cidades Criativas têm muitas pessoas criativas ou elevada capacidade de atraí-las e por isso crescem

rapidamente, por causa da energia empreendedora, criativa e inovadora que eles emanam. Além disso, algumas outras características são indispensáveis conforme o autor: tecnologia, que se refere à acumulação e exploração do conhecimento humano; talento, referente ao capital humano e tolerância, que permite a convivência entre a diversidade.

Segundo Botelho (2011, p. 87), “a criatividade e a diversidade passam a ser vistas e ressignificadas, portanto, a partir da ‘descoberta’, principalmente por parte de economistas, como propulsoras do desenvolvimento e do crescimento”. Bradford (2004) complementa tal raciocínio ao afirmar que a criatividade proporciona melhora na qualidade de vida e no desenvolvimento socioeconômico das cidades, por meio de fluxos de talentos, investimentos e inovações. O autor, entretanto, evidencia a necessidade da política pública ser abrangente, multissetorial e com engajamento social.

Frequentemente, os financiamentos públicos são direcionados para formas de criatividade valorizadas pelas elites urbanas. Outras formas, no entanto, são suprimidas ou excluídas das políticas públicas - possivelmente por serem suburbanas ou experimentais (BORÉN & YOUNG, 2013). Florida vem sendo amplamente criticado ao assegurar a si próprio contratos de consultoria para desenvolver “políticas urbanas rápidas” (COMUNIAN, 2011, p. 1189), ou seja, modelos que se aderem facilmente às políticas (culturais e de urbanismo) existente nas cidades, não exigindo mudanças nos interesses e estruturas de poder (BORÉN & YOUNG, 2013).

Esses modelos seriam para atrair capitais altamente voláteis e elites profissionais. A diversificação aparente, na verdade é controlada; e o ambiente, embora artístico, é orientado para a lucratividade (JAKOB, 2010). Jakob (2010), no entanto, não desconsidera o desenvolvimento urbano através das artes, salienta a necessidade de verificar as reais intenções do modelo de Cidade Criativa dominante, buscando a igualdade e a participação da sociedade civil ao invés do crescimento, a fim de que a criatividade possa ser apropriada como um direito humano e não como uma estratégia de desenvolvimento urbano.

Segundo Jakob (2010), para que as políticas públicas representem uma abordagem mais inclusiva e progressiva para o desenvolvimento humano deve-se: desenvolver a educação artística, levar artistas às escolas, organizar *workshops* criativos e públicos para a transferência de conhecimentos e para propiciar que residentes excluídos possam integrar uma comunidade artística, bem como aprender novas habilidades.

Regiões com melhores níveis de qualidade de vida, com uma vida cultural mais desenvolvida, com uma sociedade diversificada e com uma vida social vibrante apresentariam

uma tendência a atrair os talentos criativos. Esse capital humano seria o ponto principal para o desenvolvimento e crescimento regionais e o setor cultural seria decisivo na formação de Polos Criativos (NEW ENGLAND COUNCIL, 2000), assunto do próximo subitem.

4.1.3 Polos Criativos

Para caracterização da Cidade Baixa como Polo Criativo foram utilizados os critérios descritos no livro “Polos Criativos – um estudo dos pequenos territórios criativos brasileiros” da consultora da UNESCO Selma Maria Santiago Lima (2012). Tal publicação abrange muitos dos itens descritos anteriormente para identificação de Cidades Criativas.

Os critérios descritos por Lima (2012) para identificação de um potencial Polo Criativo servem de parâmetro para construção da análise do presente estudo e são tratados a seguir:

a) Campo da Economia e da Gestão

1. Desenvolvimento da Atividade Econômica Local: a Economia Criativa impulsiona a movimentação econômica local e a dinamização de bens que, sobretudo, conservam a sustentabilidade das iniciativas já instaladas. Além disso, seus trabalhos agregam valor imaterial ao valor material produzido, devido a sua natureza intelectual e criativa. Desta maneira, a cadeia produtiva é incrementada, assim como as estruturas sociais dos habitantes e frequentadores do local.

A cultura, assim como a criatividade, não garante a virada do contexto econômico de uma região, mas fornece oxigênio e inspiração para a transformação (GARCÍA, 2008 *apud* REIS, 2011a). Sendo assim, a articulação das demais estratégias – social, econômica, turística, tecnológica, etc. – com a cultural permite o desenvolvimento da economia local.

À exemplo de Bilbao (Espanha), cidade industrial emblemática que foi abandonada na década de 1970 devido ao acirramento da concorrência internacional. Neste momento, a crise econômica, social e urbana se instalava na cidade. Em 1983, Bilbao sofreu inundações causadas pelas fortes chuvas, o que a levou, junto a mais uma centena de municípios vizinhos a declarar calamidade.

A partir de então, aceleram-se todos os planos de abastecimento de águas e saneamento de Bilbao, recupera-se o esplendor comercial do Casco Viejo, incrementa-se a limpeza de fachadas de edifícios emblemáticos (entre eles o Teatro Arriaga, símbolo do domínio cultural que Bilbao teve um dia). Tudo isso unido a uma então recente recuperação de manifestações festivas populares, de movimentos associativos e culturais pujantes... levando os bilbaínos a “sair do lodo”. (GÓMEZ DE LA IGLESIA & MARTÍN MORATO, 2010, p. 206)

Em 1989, firmou-se o Plano Estratégico para a Revitalização da Bilbao Metropolitana; que abrangia desde modelos de governança à regeneração ambiental, reabilitação de espaços industriais abandonados à construção de equipamentos culturais icônicos, como o famoso Museu Guggenheim Bilbao.

No caso de Bilbao, a cultura serviu de motor para o desenvolvimento econômico; a cidade pôde superar sua crise e oferecer uma referência cultural de primeira ordem aos cidadãos. O Museu foi apenas umas das várias ações de desenvolvimento criativo/cultural que culminou na atratividade turística da região, acarretando o aprimoramento da infraestrutura e mobilidade urbana, além do aumento dos postos de trabalho, impostos e bem estar social (REIS, 2011a).

2. Convergências de Atuação: a sinergia entre os atores participantes do ambiente criativo se revela por meio de conexões intra e extra polos, formação de redes, e demais ações convergentes para um fim comum relacionado ao desenvolvimento sustentável local. Estas associações podem ser institucionalizadas - como cooperativas, instituições de ensino e pesquisa, ONGs - ou sem institucionalização formal - como demais grupos que atuam junto aos atores.

Como descrito anteriormente, as Cidades Criativas são mais abertas às mudanças, o que estimula a formação de grupos. Landry (2011, p.10) afirma que a sinergia entre os cidadãos floresce “quando a administração pública é imaginativa, onde há inovações sociais, onde a criatividade existe em áreas como a saúde, serviços sociais e mesmo política e governança. Em suma, só pode se desenvolver se houver uma ‘ecologia criativa’”.

A sinergia entre os atores tem tanta importância, que regiões como Yorkshire e Humber (Reino Unido) buscam unir seus cidadãos na busca pelo desenvolvimento estratégico de suas cidades. Grupos formados por profissionais criativos, jovens, idosos e demais representantes da população têm a tarefa de planejar seu futuro pelos próximos 25 anos.

Ao unirem-se em prol de um mesmo objetivo, as pessoas adquirem um sentimento de apropriação do próprio destino, um sentimento que pode mudar as regras e determinar os resultados (REIS, 2011a).

3. Concentração Setorial de Iniciativas: a relação entre as atividades produtivas surge de uma vocação setorial que permite a constituição de um Polo Criativo. Os empreendimentos são, predominantemente, individuais, de micro, pequeno e médio porte, além dos grupos informais. Suas atuações devem contribuir para uma identidade setorial ou eles devem possuir a mesma vocação produtiva.

Em seus estudos sobre Cidades Criativas, Reis (2011a) salienta a necessidade de verificar se a identidade urbana possui características que, de fato, conferem a cidade uma vocação especial ou se ela é simplesmente uma praça de comércio específico ou um centro de instituições de determinado setor. Para isso, é preciso se aprofundar nas tradições históricas locais para formação do território. Mesmo que a vocação produtiva seja diferente, as empresas devem agregar subsídios para a formação das características identitárias locais.

4. Adensamento Empresarial: a consolidação do empreendedorismo promove o desenvolvimento profissional autônomo, aumenta a implantação de pequenos negócios; faz crescer a oferta de postos de trabalho e o volume de produtos/serviços gerados e comercializados. Neste critério incluem-se iniciativas de natureza diversa, inclusive cooperativas, associações e empreendimentos solidários.

Autores como Verhagen tratam a atratividade empresarial como essencial para a formação de uma Cidade Criativa:

A economia criativa é essencialmente formada por empresas novas e pequenas. Quando os governos se perguntam como podem estimular a economia criativa em seu ambiente, uma das respostas é: criando um clima amigável para as empresas iniciantes, de modo que mais pessoas comecem seus próprios negócios. Isso pode ser obtido ao construir incubadoras, com aluguel módico para novos empreendedores, não raro em edifícios industriais abandonados. Outra opção é oferecer garantias para empréstimos, já que os bancos podem ter dúvidas quanto à viabilidade dos planos de empresas iniciantes. (VERHAGEN, 2011, p. 114)

Por meio do adensamento empresarial, os Territórios Criativos disponibilizam maior variedade de negócios e são capazes de suprir as necessidades de compra de seus residentes e usuários.

b) Campo da Identidade e da Cultura

1. Construção da Imagem Coletiva: bens e serviços de produção local possuem identidade cultural própria; seja em termos arquitetônicos, históricos, culturais seja relacionada às formas próprias de organização. Tal identidade deve ser reconhecida pelo público.

A escolha de Guaramiranga como sede do Festival enfrentava vários desafios, como a precária infraestrutura de hospitalidade e urbana, a incapacitação de vários serviços e os patrocinadores. Para enfrentar esses e outros obstáculos, o processo contou com a ajuda da comunidade. O Festival foi construído pela comunidade e com ela, agregando atividades de ecoturismo, oficinas, encontro de talentos (novos e consagrados), ensaios gratuitos e outras atividades que promoveram o fluxo contínuo de turistas para a região.

Em sua 12ª edição, em 2011, novo estudo realizado durante o Festival de Jazz e Blues reiterou a importância de seus impactos econômicos, sociais e culturais. Confirmou, mais do que isso, a relevância de um processo de transformação profundamente ancorado no contexto local, com uma governança que motive as pessoas a se apropriarem de seu futuro e conciliador de benefícios culturais, sociais, econômicos e ambientais. (REIS & URANI, 2011, p. 35)

Ações setoriais auxiliam na recuperação do sentido de espaço público e no empoderamento das pessoas quanto ao direito de usá-lo (PRADA, 2010). Após a construção de bibliotecas públicas, Bogotá e Medellín tornaram-se cidades mais seguras, com baixos índices de violência e alta inclusão social. As BiblioRed são lugares de convivência dos cidadãos que não exclui nenhum indivíduo; com entrada e acesso a internet gratuitos, o espaço promove a igualdade e o desenvolvimento humano regional (REIS, 2011).

2. Valor Agregado Intangível: os aspectos já citados devem colaborar para a sustentabilidade local. Desta maneira, o produto torna-se exclusivo e distinguível do que é produzido em larga escala. Através da preservação do carácter original dos bens é que a obra criativa tem sentido (BUSTAMANTE & ZALLO, 1988).

Em um mundo no qual os ciclos de desenvolvimento de produtos estão cada vez mais curtos e os bens e serviços estão crescentemente padronizados, os ativos intangíveis (incluindo a cultura) convertem-se em diferenciais econômicos. Embora produtos, serviços e ideias gerados pela criatividade individual possam ser copiados (ainda que ilegalmente ou graças aos desbalanços no atual sistema de Direitos de Propriedade Intelectual), sua fonte não pode sê-lo. Essa é uma das razões pelas quais o talento criativo passa a ser tão cobiçado pelas cidades. (REIS & URANI, 2011, p. 31)

A criatividade provém de um processo, que se desenvolve de dentro para fora e se enraíza no quadro local. O sucesso das Cidades Criativas consagradas – como Londres, Barcelona e São Francisco – origina-se de uma transformação contínua da essência local, distinguindo qualquer produto lá produzindo.

c) **Campo das Relações Sociais**

1. Formas de Governança Próprias: faz-se necessária a participação da sociedade civil no que diz respeito às ações internas, assim como na representatividade junto ao poder público e outros poderes. A partir da instituição de governanças, possibilita-se a criação de canais (seja de pessoas físicas ou organizações) capazes de coordenar os atores em prol de um mesmo fim que promova o desenvolvimento local.

Sobre o relacionamento dos indivíduos que ocupam o mesmo território, Reis e Urani (2011, p. 31) escrevem: “no centro da economia estão as relações humanas – as expectativas das pessoas, suas escolhas e comportamentos, que impactam nas decisões de produção, troca e até mesmo no modo como transformamos – ou não – a cidade na qual vivemos”. A participação da sociedade civil se faz necessária nos processos políticos a fim de garantir a cidadania e “experimentar o empreendedorismo sem chancelas do poder público” (LIMA, 2012, p.37).

Da mesma forma, Lerner (2011) afirma que, se lideranças locais forem capazes de fomentar um sonho comum aos cidadãos, a cidade estará no caminho para se tornar criativa. Quando o sonho induz uma aspiração coletiva, o processo adquire a sinergia necessária para gerar criatividade. “Quanto maiores os desafios, mais criativa ela poderá se tornar. É preciso engendrar equações de corresponsabilidade – unindo o governo, o setor privado e os esforços da sociedade civil –, o que possibilitará as soluções” (LERNER, 2011, p. 41-42).

Segundo Pardo (2011), a união da administração pública, empreendedores, cidadãos organizados e instituições sem fins lucrativos é essencial para o desenvolvimento de uma governança avançada, pois, isoladamente, nenhuma das partes tem capacidade plena de enfrentar desafios. O autor saliente quatro elementos essenciais para o desenvolvimento de uma liderança efetiva: respeito baseado no reconhecimento das habilidades específicas de cada parte; envolvimento ativo seja no diagnóstico seja na resolução de problemas; planejamento estratégico a partir do compartilhamento das visões e chegada a um consenso; e lealdade que diz respeito ao comprometimento dos atores e a transparência das ações.

2. Desenvolvimento de Tecnologias: o desenvolvimento de tecnologias colabora para construção de redes de relacionamento, novas soluções nas formas de produção, organização das atividades locais, integração entre setor público e privado, novas formas de governança e administração.

Em uma Cidade Criativa, independentemente de sua história, condição socioeconômica e tamanho, há uma prevalência de inovações – tecnológicas, culturais, sociais ou ambientais. “Inovações podem ser entendidas como criatividade aplicada à solução de problemas ou à antecipação de oportunidades” (REIS & URANI, 2011, p. 33).

Segundo Lima (2012), as novas tecnologias representam alternativas tanto no campo da informação e da comunicação – por meio, sobretudo, das redes sociais – quanto para a funcionalidade da coprodução e do comércio - novos sistemas de financiamento e de troca.

Estas novas tecnologias tornaram-se umas das grandes responsáveis pela aposta na inovação da relação entre capital e criatividade humana, daí ser este um fator predominante na questão da Economia Criativa. Novas tecnologias que apresentem novas formas de relacionamento integrando os setores públicos e privados e propondo soluções que gerem impacto positivo tanto nas formas de produção, como nos mercados e na organização das atividades econômicas, sociais e culturais. (LIMA, 2012, p. 37)

3. Sustentabilidade Ambiental e Social: na base de trabalho da Economia Criativa está a sustentabilidade, seja ela econômica, social, cultural ou ambiental. Destacam-se práticas de comércio justo, aceitação cultural, respeito à dinâmica urbana e arquitetônica local e democracia cidadã. Lima expõe a Sustentabilidade Ambiental e Social da seguinte maneira:

Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e atividades humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades, expressar o seu maior potencial no presente; ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais. (LIMA, 2012, p.37)

Sustentabilidade é uma equação entre o que é poupado e o que é gasto. Separar o lixo, dar funções múltiplas aos equipamentos urbanos, viver perto de seu trabalho; isso é poupar o máximo e gastar o mínimo (LERNER, 2011).

Minha ideia de uma cidade criativa é que devemos vê-la como uma estrutura integrada de vida e trabalho, juntos. A melhor metáfora para ilustrar essa ideia é a tartaruga. A tartaruga é o exemplo máximo de vida, trabalho e circulação unidos - aspectos cruciais de qualidade de vida urbana. (LERNER, 2011, p. 40)

O conceito de sustentabilidade não se faz válido apenas para o meio ambiente, mas também para cultura. Ambos devem ser preservados em prol das gerações futuras. A conservação sustentável dos centros históricos deve utilizar das características e recursos da cidade para proteger sua identidade. Por meio da restauração de patrimônios, é possível

prolongar sua existência, mas não conservar seu significado histórico. Somente através da reutilização adaptativa (novas funções para o uso continuado do espaço) é que se desenvolve uma estratégia eficaz de conservação sustentável. Para sua viabilidade, é necessário, sobretudo: escapar da busca pelo ideal, compreender de fato o recurso identitário da cidade e obter o apoio da população (BRANEA, GAMAN, & RADOSLAV, 2013).

De uma maneira convergente aos critérios de Lima, Deheinzelin (2013, pp. 3-4) descreve quatro vetores “infinitos e exponenciais” que, quando combinados, se potencializam; é o que se chama de “ciclo virtuoso da abundância”. O primeiro refere-se aos recursos intangíveis – como a cultura, o conhecimento e a criatividade – que, além de não se esgotarem, ainda são capazes de se multiplicarem com o uso. “Só esse fato já deveria fazer com que a economia criativa fosse prioridade estratégica”. Ainda assim, a autora salienta a importância de reconhecer o inerente ao território, pois suas características locais possibilitam a geração de valor para todo e qualquer produto e processo que ali ocorra.

O segundo vetor é quanto aos “*bits* das novas tecnologias” que também são ilimitados e podem gerar novas e também ilimitadas formas de potencializar, conectar, recriar e interagir. Desta maneira, os recursos intangíveis de um local podem ser visualizados por outras localidades, concretizando, assim o potencial regional. Tal característica proporciona “infinitas formas em que a sociedade em rede⁴ se organiza e produz”, que seria o terceiro pilar.

Entretanto, nenhum dos pilares anteriores seria possível se não fosse pelo quarto: “uma visão multidimensional de riqueza” ou “Economia 4D”, já que analisa os recursos e resultados nas dimensões Financeira, Social, Ambiental e Cultural. Desta maneira a vulnerabilidade social pode ser medida e enfrentada com diferentes armas. Este item refere-se à busca por métricas que permitam reconhecer, avaliar, trocar e monitorar recursos e resultados para além do quantitativo/financeiro.

No que tange ao histórico de Polos Criativos, existem duas formas diferentes de criação: por meio de iniciativa da sociedade civil – quando os próprios moradores e frequentadores do local constroem um ambiente coletivo de forte reconhecimento social – ou por meio de iniciativa do poder público – quando as políticas públicas atuam no desenvolvimento de um espaço criativo, com o objetivo de regenerar áreas degradadas socialmente.

⁴ Segundo a autora, “sociedade em rede” seria: pessoas, relações, empreendimentos, criação e produção (DEHEINZELIN, 2013, p. 4).

Martins (2011) salienta os riscos de políticas públicas sem aderentes:

É uma dinâmica biunívoca que se estabelece – entre os espaços e as pessoas, entre os agentes (os que gerem e os que fruem) a cidade. Não vale a pena um esforço isolado dos governantes de “fazer cidade”, sem a necessária adesão e identificação com a classe criativa que vai usá-la e vivê-la. Incorre-se no risco de ter programas ou projetos “emblemáticos”, mas de não ter resultados que façam sentido no longo prazo. É o primado do *iconic* versus o domínio do *meaningful*. (MARTINS, 2011, p. 80)

A participação da comunidade nas formas de organização e de governança diferenciada promove não somente a inclusão econômica, mas principalmente a social, inerente à Economia Criativa (LIMA, 2012; YDE, 2012; BRANEA *et al.*, 2013). Lima (2012) destaca que as dimensões sociais são tão relevantes quanto às econômicas, às físico-territoriais, às político-organizativas ou as simbólico-culturais. Estes elementos juntos influenciam a caracterização de uma identidade populacional, evocam sentimentos de pertencimento que contribuem para a diferenciação do território em questão. No entanto, praticamente inexistem estudos realizados sob essa perspectiva, explorando a dimensão social, cultural e simbólica de territórios, já que a maioria dos estudos centram suas análises em aspectos como a produção, circulação e consumo de produtos (JAKOB, 2010; BORÉN & YOUNG, 2013).

Os Territórios Criativos são Polos, Bairros, Bacias ou Cidades Criativas que reúnem pessoas de identidade cultural própria para atividades simbólicas em espaços dinâmicos para convivência social (MINC, 2011). A principal diferença entre essas concepções é em relação às suas delimitações geográficas: Bairros e Cidades têm limites territoriais; Bacias são territórios que convergem como afluentes e Polos estão além das delimitações geográficas, podem ser uma parte de um bairro ou extrapolar os limites de uma cidade. Entretanto, todos são Territórios Criativos; são locais que, por meio de atividades criativas, propiciam um ambiente sustentável econômica, cultural e socialmente, capaz de reter e atrair indivíduos criativos.

Do artesanato aos serviços gastronômicos, da música ao patrimônio material ou imaterial, das festas aos passeios históricos; a conciliação entre economia, cultura, turismo e sociedade tem promovido benefícios sinérgicos e favorecido a sustentabilidade da Cidade Baixa. O próximo capítulo trata exclusivamente desse território.

4.2 CIDADE BAIXA: CARACTERIZAÇÃO DO POLO CRIATIVO EM POTENCIAL.

A microrregião Cidade Baixa é um bairro da capital de Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul. Sua criação foi através da Lei nº 2.022 de 7 de dezembro de 1959, que recebeu alterações de limites territoriais por meio da Lei nº 4.685 de 21 de dezembro de 1979. O bairro possui 18.450 habitantes, o que representa 1,31% da população do município. Com área de 0,93 km², representa 0,20% da área municipal, sendo sua densidade demográfica de 19.838,71 habitantes por km². A taxa de analfabetismo é de 0,36% e o rendimento médio dos responsáveis por domicílio é de 5,48 salários mínimos (PROCEMPA, 2010).

Os bairros com que faz divisa são: Menino Deus, Azenha, Praia de Belas, Farroupilha e Centro Histórico. Desta maneira, torna-se próxima dos principais equipamentos da capital conforme Fig. (1): Redenção ou Parque Farroupilha, uma das áreas mais arborizadas da capital gaúcha; *campus* da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que favorece a concentração de universitários, intelectuais e artistas; Usina do Gasômetro; Hospital Pronto Socorro (HPS); Centro Administrativo; Parque Marinha do Brasil; entre outros.

O bairro caracteriza-se pela grande quantidade de bares, sobretudo nas ruas General Lima e Silva, República e João Alfredo. Esta última, também serve de palco para eventos culturais, shows e desfiles de carnaval, além de apresentar 75 edificações, que foram revitalizadas em 2010, e o Museu Joaquim José Felizardo. Estudaremos, a seguir, o histórico que permitiu à Cidade Baixa ser considerada uma zona tipicamente miscigenada e com significativo patrimônio ambiental e arquitetônico (CARVALHO, 2013).

Figura 1 Cidade Baixa em relação aos principais equipamentos de Porto Alegre.



Fonte: CARVALHO, A. Cidade Baixa Interiores Urbanos. UFRGS, 2013, p. 3.

4.2.1 Histórico

No século XIX, toda região ao sul da Colina da Matriz (atual Rua Duque de Caxias) pertencia ao bairro Cidade Baixa. Entretanto, outros nomes foram associados ao seu território: Arraial da Baronesa, Emboscadas, Areal da Baronesa e Ilhota.

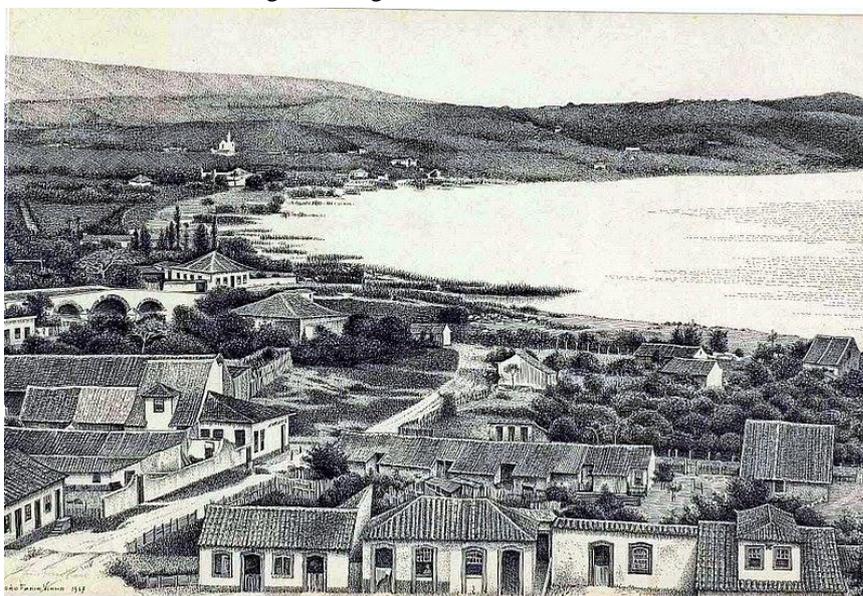
João Batista da Silva Pereira (industrial, 1797 – 1853) veio de Braga (Portugal) em 1823 e casou-se com Maria Emília de Menezes (1808 – 1888), moça de família açoriana radicada em Rio Pardo. Tornaram-se donos da maior parte das terras que hoje correspondem à Cidade Baixa. Sua propriedade possuía grande extensão, limitando-se às margens do lago Guaíba (onde agora localiza-se a Avenida Praia de Belas). Construíram um rico solar, em 1826, localizado na atual Fundação Pão dos Pobres – instituição que, só em 2014, atendeu mais de 1,2 mil crianças e adolescentes em seis projetos socioeducativos. Após hospedar o Imperador Dom Pedro II, em 1845, João passou a ser Barão do Gravataí como forma de agradecimento de seu convidado. O título de nobreza; todavia, não se estendia a sua esposa.

Em 1853, o Barão faleceu e o Imperador, como forma de gentileza, ofereceu a Maria Emília o título de Baronesa do Gravataí (REFOSCO, 2012).

Esse casal de nobres, depois de uma feliz vida em comum, continua unido até hoje na geografia de Porto Alegre. As ruas com seus nomes se cruzam numa esquina da Cidade Baixa: Barão do Gravataí e Baronesa do Gravataí. Foi nessa parte da cidade que eles viveram seus dias de esplendor. (TERRA, 2001, p. 39)

Em 1879, depois de um incêndio que destruiu o solar, a Baronesa enviou à Câmara de Vereadores um pedido de licença para transformar sua propriedade em um loteamento. Junto ao pedido, mandou um mapa detalhado das divisões do terreno que viria a ser a Cidade Baixa. A parte baixa, situada logo depois da ponte de pedra, representada do lado esquerdo da Fig. (2), foi onde a Baronesa continuou vivendo, por isso a região passou a ser conhecido como Arraial da Baronesa.

Figura 2 Região da Foz do Dilúvio em 1970.



Fonte: Moraes, N. Coisas Antigas de Porto Alegre. Disponível em:

<<http://almanaquenilomoraes.blogspot.com.br/2014/05/regiao-da-foz-do-diluvio.html>> Acesso em: 04 de agosto de 2014.

A vasta propriedade era composta por pomares e hortas cultivadas, terras semirruais, mas também mata cerrada (principalmente o trecho entre as atuais Avenida Venâncio Aires e Rua da República). O denso matagal da região tinha uma variedade de árvores nativas que davam frutos o ano inteiro. Também se podia pescar e caçar pequenos animais. Os escravos fugidos aproveitavam-se do terreno – baixo, acidentado e cortado por árvores e capões – para esconderem-se ali dos capitães-do-mato. “O lugar abrigava tanto escravos fugidos como bandidos e caracterizava-se como uma zona de meter medo aos mais valentes” (SANHUDO, 1975). Tal rotina fez com que parte do Arraial da Baronesa recebesse o nome de Território das Emboscadas, ou somente Emboscadas (JAMES, 2012).

Atualmente, essa região mantém alguns bares e sobrados em que os proprietários são negros. São espaços associados à cultura afrodescendente, expressa através dos batuques, das danças e festas (JARDIM, 1991) assim como o Largo Zumbi dos Palmares que é espaço de vivência comunitária. Nesse local, realizam-se as comemorações da Semana da Pátria, da Semana Farroupilha, da Semana da Consciência Negra, uma das maiores feiras livres do estado; além de servir como ponto de encontro, passeios, manifestações públicas, comícios e da tradicional roda de capoeira, realizada às quintas-feiras. No primeiro domingo de cada mês ocorre, ainda, o Encontro de Carros Antigos que reúne cerca de 200 automóveis por edição. Em 2007, o local se caracterizou, nos termos do art. 92 da Lei Complementar nº 434 de 1999, como Área Especial de Interesse Cultural devido a sua representatividade na história do povo negro de Porto Alegre.

No extremo sul da colina da Matriz, ficava o Areal da Baronesa. O nome se deu devido ao fluxo do Riacho deixar uma enorme quantidade de areia vermelha após os alagamentos, que ocorriam principalmente na Rua da Margem, ilustrada na Fig. (3). O Riacho, Fig. (4), nascia em Viamão e percorria a Cidade Baixa antes de chegar ao Guaíba; também era conhecido como: Riachinho, Arroio, Arroio Dilúvio, Arroio Sabão, Arroio da Azenha ou Arroio Jacareí. A denominação Riachinho referia-se, sobretudo, à parte que percorria o bairro. (SANTOS, SILVA, & GEHLEN, 2008). Os excessos de terra da foz eram removidos constantemente, até que, em 1905, o Intendente José Montauray de Aguiar Leitão determinou a abertura de um canal para facilitar a vazão das águas para o Guaíba. A obra; contudo, criou um veio onde a água mal circulava, o cheiro era forte e os insetos eram muitos.

Figura 3 O fundo das casas da Rua da Margem - 1928.



Fonte: Bastos, R. Uma história Fotográfica. Disponível em:
<<http://ronaldofotografia.blogspot.com.br/search?q=riacho>> Acesso em: 18 de agosto de 2014.

A disposição das águas formou uma ilha de 22 hectares, que logo foi ocupado por um conjunto de comunidades carentes chamado, popularmente, de Ilhota. A cada cheia, a prefeitura precisava intervir para recolher os residentes do local. As enchentes de 1941 fizeram com que parte dos moradores fosse conduzido à recém inaugurada Restinga. No mesmo ano, José Loureiro da Silva conduziu uma obra que alterou o curso do Riacho e os constantes alagamentos foram solucionados; seu nome passou a ser, oficialmente, Arroio Dilúvio. Novas famílias buscaram residência na Ilhota até que, em 1979, o local foi totalmente desfeito (FAGUNDES & RODRIGUES, 2011).

A região conhecida como Ilhota ocupava a área que hoje vai da Praça Garibaldi (na esquina da Venâncio Aires com a Érico Veríssimo) até a Ipiranga, se espalhando em direção à Lima e Silva por um lado e, pelo outro, até a Getúlio Vargas (a antiga 13 de Maio). Aldovan Moraes, sociólogo do Departamento Municipal de Habitação de Porto Alegre (Demhab), afirma que “as chamadas populações ‘decentes’ buscavam evitar a Ilhota”, nutrindo “um medo permanente em relação a ela”. (...) Da sua existência, não restou praticamente nenhum resquício, apenas o traçado irregular de algumas ruas indicando por onde passava o velho Riachinho. (FAGUNDES & RODRIGUES, 2011).

Figura 4 Vista aérea do Riacho - 1926.



Fonte: Bastos, R. Uma história Fotográfica. Disponível em: <<http://ronaldofotografia.blogspot.com.br/search?q=riacho>> Acesso em: 18 de agosto de 2014.

Segundo a antropóloga Janaína Lobo, até metade do século XX, a área correspondente ao Areal era habitada por negros libertos e famílias italianas. Os jornais daquela época tratavam-no como se fosse outro país dentro da cidade. “Há uma especificidade cultural e uma história ligada ao período da escravidão, características dos territórios quilombolas, além de um vínculo comunitário e espacial”⁵.

A partir da metade do século XX, a população da região aumentou significativamente em função do desaparecimento das últimas chácaras; as ruas Avaí e Sarmento Leite passaram a receber indústrias, instalaram-se cinemas como o Garibaldi e o Avenida na Av. Venâncio Aires, e a sede paroquial Igreja da Sagrada Família na Av. José do Patrocínio. O desenvolvimento do território chegou com a implementação das linhas de bonde – de tração animal – no Caminho da Azenha (atual João Pessoa), e da Rua da Margem (atual João Alfredo). Por ser uma via de trânsito importante para a cidade, várias intervenções urbanísticas começaram a ser feitas, como a construção da Primeira Perimetral e da Aureliano de Figueiredo Pinto, esta última determinou a demolição do lado ímpar da Rua João Alfredo (CARVALHO, 2013).

A partir de 1930, vários grupos carnavalescos foram citados como provenientes do local: Ases do Samba, Nós os Comandos, Seresteiros do Luar, Nós os Democratas, Viemos de

⁵ Fonte: Sul21. Disponível em: <<http://www.sul21.com.br/jornal/areal-da-baronesa-esta-perto-de-se-tornar-territorio-quilombola/>> Acesso em 19 de Maio de 2014.

Madureira, Tô com a Vela, Os Caetés e mais recentemente, os Imperadores do Samba. O primeiro Rei Momo Negro da cidade (Seu Lelé) surgiu no Areal, junto com os primeiros coretos populares de bairro e os locais oficiais de desfiles. O Carnaval de Rua marcou época em Porto Alegre até a década de 1970, com blocos humorísticos como o Passa Fome e Anda Gordo e o Tira o Dedo do Pudim. O evento retomou força nos últimos anos; em 2014, o Carnaval de Rua da Cidade Baixa reuniu cerca de 100 mil pessoas e 14 blocos: Galo de Porto, Banda DK, Rua do Perdão, Maria do Bairro, Bloco do Império da Lã, Skafolia, Ziriguidum, Turucutã, Bloco do Isopor, Panela do Samba, Areal do Futuro, Do jeito que tá vai, Constelação & Os filhos do Cumpadi Washington e Peregrinos do Samba.

Atualmente, a Cidade Baixa é habitada por uma população de diferenças étnicas e de classes. Como pontos que referendam seu passado, estão: o Ginásio Tesourinha, o complexo habitacional Lupicínio Rodrigues, o Solar Lopo Gonçalves que é sede do Museu de Porto Alegre Joaquim José Felizardo, a Fundação Pão dos Pobres, o Largo Zumbi dos Palmares, a Ponte de Pedra, a Travessa dos Venezianos e inúmeros estabelecimentos de entretenimento, principalmente noturnos, que lembram os tempos boêmios do Areal e da Ilhota. Outros equipamentos e entidades que promovem atividades culturais podem ser citados como o Teatro de Câmara Túlio Piva; os Coletivos Culturais Meme, Santo de Casa e Casa Comum; a Secretaria Municipal de Turismo (SMT) e o Projeto Cidade Baixa em Alta.

Algumas ações com vista ao desenvolvimento criativo da região já foram tomadas pela administração pública em 2008, com a disponibilização (por comodato) do terreno localizado na Rua João Alfredo nº 509 para a construção da sede da Tribo de Atuadores Ói Nóis Aqui Traveiz. O Projeto prevê espaço para pesquisa teatral, salas de aula, biblioteca, Centro de Referência do Teatro Popular, sala de exposição, sala de projeção e local para o Acervo do grupo. A verba orçamentária foi garantida por meio de um convênio assinado entre a Prefeitura de Porto Alegre e o Ministério da Cultura em dezembro de 2010. Até a conclusão deste trabalho (novembro de 2014), as obras para construção da sede ainda não haviam começado por falta de recursos.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia é fundamental para construção de uma pesquisa científica. Para atingirem-se os objetivos deste trabalho foi utilizada, como método, a pesquisa descritiva-exploratória com abordagem qualitativa e, para a coleta, entrevistas em profundidade.

5.1 TÉCNICA DE PESQUISA

Economia Criativa e Polo Criativo são temas relativamente novos e ainda apresentam pouca bibliografia, sobretudo nacional (LIMA, 2012). Por isso, a pesquisa é de caráter descritivo-exploratório, que possui métodos flexíveis, não estruturados e qualitativos. Quanto aos meios, a pesquisa foi bibliográfica e de campo.

A pesquisa é descritiva, pois procura levantar percepções, expectativas e sugestões dos entrevistados, acerca de suas visões sobre a Cidade Baixa; exploratória porque não se verificou a existência de estudos que abordam a potencialidade do território para constituir-se como Polo Criativo. Segundo Gil (2002), a pesquisa descritiva-exploratória envolve, geralmente: levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas relacionadas com o problema, e análise de exemplos para compreender a situação. Tais procedimentos têm o objetivo de proporcionar ao pesquisador maior familiaridade com o tema, bem como aprimorar as ideias para o estudo (GIL, 1999).

(A pesquisa qualitativa) considera o ambiente como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave; possui caráter descritivo; o processo é o foco principal de abordagem e não o resultado ou o produto; a análise dos dados foi realizada de forma intuitiva e indutivamente pelo pesquisador; não requereu o uso de técnicas e métodos estatísticos; e, por fim, teve como preocupação maior a interpretação de fenômenos e a atribuição de resultados (...) procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo. (GODOY, 1995, p. 58).

A primeira etapa da pesquisa consiste em buscar dados secundários sobre Economia Criativa e Territórios Criativos em diversas fontes e estudar casos de Polos Criativos consagrados ao redor do mundo com o intuito de obter maior conhecimento sobre o tema para a etapa seguinte, composta de entrevistas em profundidade. A investigação se vale de documentos como o Plano da Secretaria de Economia Criativa 2011-2014 fornecido pelo

MinC e inclui participações em eventos da região registradas por meio de fotografias e entrevistas: *in loco*; individuais; à tarde ou à noite; pelas ruas, cafeterias ou na residência dos entrevistados conforme disponibilidade dos mesmos.

A entrevista é um instrumento típico da pesquisa qualitativa que envolve a obtenção de dados descritivos a partir do contato direto do pesquisador com a situação estudada (BOGDAN & BIKLEN, 2003). De acordo com Günther (2006), essa abordagem pode ser entendida como um ato social de construção de conhecimento já que enfatiza mais o processo do que o produto relatado pelo entrevistado. Este tipo de pesquisa não produz resultados a se quantificar, mas dados relacionados à vida das pessoas, sentimentos e experiências (CORBIN & STRAUSS, 2008). Justamente por priorizar a percepção dos moradores da Cidade Baixa quanto a potencialidade do território para constituir-se como Polo Criativo que foi escolhido este método.

As respostas obtidas foram dispostas, por indivíduo, em três categorias conforme os Campos descritos por Lima (2012): 1.Campo da Economia e da Gestão, 2.Campo da Identidade e da Cultura e 3.Campo das Relações Sociais. Posteriormente, foram agrupadas nas subcategorias também trabalhadas pela autora: 1.a) Desenvolvimento da Atividade Econômica Local, 1.b) Convergência de Atuação, 1.c) Concentração Setorial de Iniciativas, 1.d) Adensamento Empresarial; 2.a) Construção da Imagem Coletiva, 2.b) Valor Agregado Intangível; 3.a) Formas de Governança Próprias, 3.b) Desenvolvimento de Tecnologias, 3.c) Sustentabilidade Ambiental e Social. Ainda foi criada uma categoria que compreende Informações Diversas obtidas por meio das entrevistas. Desta maneira foi possível comparar as respostas e compilar resultados.

5.2 COLETA DE DADOS E OS SUJEITOS DA PESQUISA

Segundo Selltiz *et al.* (1987), para estudos do tipo exploratório, a entrevista em profundidade é extremamente útil. Por isso, a coleta de dados do presente trabalho consolida-se a partir de entrevistas em profundidade, semiabertas, individuais e semiestruturadas cujo roteiro pode ser consultado no Anexo 1.

A entrevista em profundidade tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa (TRIVIÑOS, 1990). Todavia, para este estudo, o

informante tem a possibilidade de discorrer sobre o assunto, caracterizando a entrevista como semiestruturada. As questões foram elaboradas juntamente com a professora Dra. Lisiane Closs que conduzia uma pesquisa de mesma temática para a chamada CNPQ/MINC/SEC nº 80/2013. Buscou-se adaptar o roteiro de entrevista apresentado em Lima (2012) para as particularidades do território Cidade Baixa, baseando-se nos critérios descritos pela autora e já explicitados no subitem 4.1.3 do capítulo anterior. Sendo assim, a carga histórica da região, bem como as características relevantes para tornar-se residente, a percepção dos moradores quanto à potencialidade criativa e o desenvolvimento criativo local foram evidenciados.

As questões, sua ordem, profundidade e forma de apresentação dependem do entrevistador, do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas e das circunstâncias da entrevista (DUARTE, 2005). Como uma entrevista semiaberta, cada pergunta explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Ou seja, cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, gerando perguntas mais específicas. O roteiro possui treze questões que são suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade sem que haja interferências entre elas ou redundâncias. Uma vantagem desse modelo é permitir criar uma estrutura para comparação de respostas e articulação de resultados, auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes. O roteiro de questões-chaves serve, então, como base para a descrição e análise dos critérios predeterminados por Lima (2012).

Os sujeitos da pesquisa de campo são moradores da Cidade Baixa que foram encontrados pelas ruas do território ou através da indicação de alguém já entrevistado. Buscou-se selecionar membros da população de diferentes idades, conhecimentos e relações com o meio: donas de casa, empreendedores, membros de associações, universitários e indivíduos criativos⁶. O grupo formado está descrito na Tab. (2).

Tabela 2 Caracterização dos entrevistados.

	Sexo	Ocupação	Localização	Tempo território
E1	M	Bancário	Rua da República	5 meses
E2	F	Síndica	Travessa do Carmo	37 anos
E3	F	Dona de casa	R. Baronesa do Gravataí	40 anos
E4	F	Aposentada	Travessa dos Venezianos	32 anos
E5	M	Empresário do ramo de transportes públicos	Rua José do Patrocínio	20 anos
E6	F	Psicóloga	Rua Lobo da Costa	2 meses
E7	M	Comerciante	Rua Joaquim Nabuco	30 anos
E8	M	Representante do Cidade Baixa em Alta	Rua Lopo Gonçalves	34 anos
E9	M	Representante da Associação de Moradores da	Rua da República	68 anos

⁶ Indivíduos criativos são aqueles que se ocupam de atividades criativas como Artes Visuais, Arquitetura, Design, Artes Cênicas, Artesanato, Cinema, Música ou Circo. Fonte: FLORIDA, R. (2005) Cities and the Creative Class. New York: Routledge.

6 ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados constrói-se a partir da interpretação do analista em diálogo crítico com a realidade (DEMO, 2001). Para efeitos de análise, este capítulo foi dividido em três seções principais referentes às características descritas por Lima (2012) e uma seção referente a informações diversas. Entretanto, deve-se considerar a interdependência dos critérios de modo que o descrito aplica-se a outros.

6.1 CAMPO DA ECONOMIA E DA GESTÃO

Um Polo Criativo caracteriza-se pelo desenvolvimento ascendente da sua economia e o adensamento empresarial. Como descrito por Lima (2012), Territórios Criativos recebem incremento da sua cadeia produtiva com atividades que auxiliam na sustentabilidade dos negócios locais. Além disso, seu ambiente estimula a formação de grupos em prol de um mesmo objetivo, assim como a concentração de atividades que contribuam para formação de identidade setorial. Nos subitens posteriores, tais critérios são analisados no âmbito da Cidade Baixa.

6.1.1 Desenvolvimento da Atividade Econômica Local

As atividades criativas promovem movimentação econômica aos territórios em que se inserem por meio da dinamização de bens (LIMA, 2012). Questionados sobre os negócios criativos que estariam se desenvolvendo na região, todos os respondentes – de uma maneira ou outra – confirmam sua existência. Alguns trechos das entrevistas podem ser conferidos abaixo:

E16: “É, tem bastante grupos que transitam de vários tipos de arte, pessoas que escolhem a Cidade Baixa para fazerem sua, até suas teses, suas pesquisas, não é? A gente tem tido muita intervenção quando, sempre que tem alguma coisa na cidade, como agora o SESC Palco Giratório fez intervenção ali, foi muito legal, eu achei

lindo aquilo. (...) Eu vejo essas **intervenções de teatro**, eu acho. Eu acho que o teatro é bem marcante na Cidade Baixa, sempre escolhem a Cidade Baixa pra performance. Teatro, **dança**. Teatro de rua, não é? Faz muito aqui, eu acho que a música é bem desenvolvida aqui. (...) Então eu acho que a música tem representantes de todos os aspectos, todos aqui. Acho **que falta um pouco ainda de intervenção de artes plásticas**, eu acho que tem pouca. (...) Então, eu acho que o Cidade Baixa em Alta, as pessoas estão vendo isso que eu te falei.”

E4: “(*Negócios criativos*) são mais para lá, na quadra do **Zumbi dos Palmares**. Aqui, **música**. Quase todo final de semana isso aqui (*Travessa dos Venezianos*) fecha para música, pagode.”

E17: “Têm eventos culturais no largo do **Zumbi** dos Palmares. Sempre tem um show, alguma coisa acontecendo ali. A Pinacoteca é uma **galeria** dentro de um bar, então as pessoas expõem lá enquanto as pessoas bebem, se confraternizam e veem aquela arte, e é uma arte de Porto Alegre, não é de fora. **Eu vejo que falta isso**, em outros lugares eu não vejo, por exemplo, como eu sou de artes visuais eu vou falar disso. Se eu vejo trabalhos, eu vejo coisas, por exemplo, que nós, os alunos do Instituto produzem, os museus pra galerias, para as universidades, para esses pontos fechados enquanto a cidade em si da Cidade Baixa, por exemplo, não há isso. Tanto que quando eu tô no Café da República há um debate bem pertinente porque na parede do Café da República **há várias molduras sem nada**. Esse é o efeito da parede, não há trabalhos, só tem molduras, mostrando a parede do fundo. Mostra meio que ausência dessa parte de Porto Alegre. Bem pesado, mas eu acho que ninguém nunca nem se tocou disso.”

E3: “Estão se desenvolvendo, principalmente esse que os caras **pintam quadro** e vendem.”

E6: “Eu acho que essas **atividades de shows**, às vezes de juntar o pessoal estão crescendo, os **brechós**. Vejo vários eventos do povo do brechó, até o próprio **Comida de Rua**, que a galera se organiza para cozinhar. (...)No largo do **Zumbi**, ali é onde eu mais frequento. Mas, por exemplo, designer, arquitetura, outras formas de arte, outras formas ainda não. Eu acho que não, mas espaço tem.”

E15: “**Turismo**. O turismo que sai bastante aqui, no largo do Epatur um ônibus, né, que faz todo o percurso aqui por trás. Sabe? E que mais? A parte de artesanato também. Tem tipo uma feirinha ali do lado ali do Natalício, sabe o Natalício ali? Tem sempre uma **feirinha ali de artigos antigos** que chama o pessoal, né? Pra comprar, até pra entreter o pessoal, que mais? A feira, né? a **feira tradicional de Porto Alegre**, ali no largo do **Epatur**, né, que todo sábado o pessoal vai lá pra comprar uma verdurinha mais barato, né? Mais baratos que o Zaffari e o Nacional juntos. E que mais?”

E5: “A **feira**. A feira no **Largo Zumbi** ali, a feira é melhor que muitas por aí. Aqui vende de tudo, ah, isso não resta dúvida (...) Tem o museu ali, é de anos.”

E10: “Eu não vejo isso acontecer porque eu acredito que Porto Alegre ainda é uma cidade muito presa, muito com pé atrás em relação à arte, eu vejo que as pessoas da cidade de Porto Alegre elas são muito conservadoras nesse ponto. Tipo, o teatro São Pedro lota e o teatro Túlio Piva não lota. Ela se considera uma arte clássica, senso comum de arte, como arte a ser valorizada e a arte nova... e a arte nova contemporânea não é assim supervalorizada. Então, eu vejo que **isso é um ponto que tem ser explorado em Porto Alegre**. Descobrir isso. A arte que Porto Alegre, sei lá, tipo precisa explodir em Porto Alegre, eu não vejo isso acontecer. Assim, é como eu te disse, tem lugares em Porto Alegre que são escondidos assim, as pessoas não conhecem. Não sabem os eventos que vão acontecer.”

E9: “Temos ali uma loja que tem a sua **usina de vidro (Ieda Galvão)**, mas não tem crescido infelizmente. (...) O que é bom mesmo, parece que o nosso povo não prestigia. A única coisa que tem crescido aqui é o barulho. O barulho e a quantidade de bares. É isso que tem crescido aqui. Exatamente aquilo que a gente não quer, pelo menos da maneira como tá, eles podem ficar todos aí, nós não queremos fechar nem

um só bar. Até aquela porcariuzinha ali naquela garagem pode ficar, mas tira as mesas da calçada às dez horas.”

E8: “Eu acho que, aqui, a gente está bem servido já pela parte de **entretenimento**, eu focaria agora nesses eventos utilizando o que a gente tem de bom aqui. Como eu falei, a gente tem um grande acervo de **arte contemporânea**, de **arte urbana**, tem muita gente aqui que faz isso, tem muita gente do **teatro** aqui. A gente poderia utilizar isso criando um grande festival...”

E14: “Esses **negócios criativos** geralmente estabelecem, sabem quais são as necessidades, fazem pesquisa e tentam criar uma espécie de camada de proteção assim, sabe, para que não exista atrito e muito pelo contrário, que crie condições para uma identidade do bairro, sabe? Para que os moradores sintam que eles são parte daquilo, sabe?”

Artes performáticas, artes cênicas, música, artes visuais, turismo, gastronomia, patrimônios culturais, artesanato, cinema e fotografia são as atividades citadas pelos entrevistados. E14 salienta que os negócios criativos criam uma “camada de proteção” para defender o bairro de atritos e preconceitos, fortalecendo e valorizando a identidade local. As atividades criativas são livres de preconceito, favorecendo a diversidade e a tolerância no ambiente, elementos essenciais segundo Lerner (2011) e Florida (2005) para o desenvolvimento de espaços criativos. O Largo Zumbi dos Palmares (antigo Epatur) foi citado por 9 dos entrevistados quando questionados a respeito da presença de negócios criativos no território, o que o torna um equipamento importante para o desenvolvimento do setor. Além de ser uma referência histórica do povo negro, o local é ponto de encontro e de eventos livres.

Cinco entrevistados (E10, E9, E1, E13 e E8) levantam outro aspecto importante: a apreciação da arte em Porto Alegre. Segundo Landry (2000) a valorização da cultura e da criatividade são essenciais para construção de um ambiente criativo. E10 compara o uso dos equipamentos situados fora da Cidade Baixa com os aqui instalados, corroborando com as argumentações de Borén e Young (2013) sobre o não reconhecimento de tipos de arte mais “suburbanas” pelas elites e, conseqüentemente, a falta de investimento público neste tipo de arte. Segundo o morador, o Teatro São Pedro teria um “senso comum de arte” enquanto o Túlio Piva, compreenderia uma “arte nova contemporânea” não valorizada. Os moradores E16, E17, E10 e E13 comentam da falta de intervenções, sobretudo, das artes plásticas. Embora existam estabelecimentos que valorizam esse tipo de arte – como Zumbi Bar, Pinacoteca e A Virgem – muitos permanecem com molduras vazias nas paredes. Iniciativas como a do Cidade Baixa em Alta, citado por alguns moradores, permitem, no entanto, que qualquer atividade se insira no contexto da Cidade Baixa:

E8: “A gente começou a criar esse tipo de ação interpretando as três pontas: morador, frequentador e comerciante. Então nossa intenção não era pegar um lado, muito pelo contrário, tanto que os eventos que a gente faz são gratuitos. A ideia é povoar o bairro de pessoas que entendam que regras são feitas para o grau de

convivência ser melhor. Funcionou bem, tanto que, hoje, tem o **PicNic Solidário**, o **Beatles' Day**, o **Cinema à Céu Aberto**, a **Coleta de Óleo**, a **inserção de bicicletários**, etc. Então, é muita coisa. Só pra abril, maio a gente deve ter umas 15 ações fechadas, não para todo o fim de semana. Neste final de semana, tem uma **exposição de carros antigos**, no outro final de semana tem a pintura dos bueiros junto com a **República do Escambo...**”

E8: “A gente tem parceiros durante o ano. A gente tem o **Festival de Cinema**, que acontece uma vez por ano aqui e eles entram em contato com a gente para apoiar e a gente apoia, tenta trazer alguma coisa pra cá. O **Festival de Teatro Universitário** também a gente apoia mas dentro da Cidade Baixa em Alta, os próprios eventos fixos a gente tem música sempre, seja no Pic Nic Solidário, seja no Beatles' Day, a gente sempre tem uma maneira de atrelar alguma banda. Inclusive a Cachorro Grande tocou no Beatles' agora, então foi um evento bem grande. Marmota Jazz tocou jazz no museu, **Matinê na Cidade Baixa** que a gente faz é uma exibição de cinema a céu aberto. Já teve lançamento de filme: República dos Ratos que é com o Anselmo Vasconcelos que é da Globo. Então, é uma infinidade de coisas que a gente sempre tenta trazer. Seja teatro, seja cinema, seja música, a gente acha que aí é que tá a solução, que é conseguir agregar isso.”

E8: “Patrimônio a gente tem o **Free Walk** (*projeto destinado a fazer Tours semanais pela capital de forma totalmente gratuita*), o **Viva o Centro a pé** (*caminhadas bimestrais orientadas por professores universitários, estudiosos em história, arquitetura e artes que narram a história de edificações e espaços públicos do Centro da cidade de Porto Alegre; para participar, basta doar alimentos não-perecíveis ou ração*) provavelmente vai entrar com a gente em algumas ações. Então, a gente se resume nesses, a gente quer mais coisas focadas nisso e aí é que está: eu preciso de gente que entenda disso para nos auxiliar, a gente não pode fazer tudo que se não a gente vai fazer errado.”

E8: “O que tiver de projeto traz pra cá, o que for dentro da verba de capacitação nossa, a gente vai apresenta pra Heineken, Vonpar, Ambev, apresenta pra quem for, alguém, se tiver interesse, vai atrelar a marca nisso. Eu acho super interessante, daqui a pouco com 500 ou 600 reais faz uma ação que dá um super business, uma mídia legal, causa uma conscientização. Ano passado, a gente teve duas ações que estouraram aqui: uma foi 500 reais que eram os cartazes de rua **‘isso não é um mictório’**, uma menina da ESPM colou e teve um outro que **era ‘antes de eu morrer eu vou...’** e era tacumado aqui nessa parede e as pessoas iam escrevendo. São ações que elas têm significado especial. (...) Então, o que a gente quer fazer é cada vez mais esse tipo de transformação e pedir ajuda para as pessoas que conhecem. ‘ah, tu tem conhecimento técnico em ballet? Vem pra cá e vamos fazer um ballet aqui na rua. Quem disse que não pode?’”

E8: “Nossos eventos são focados mais no dia para ver exatamente que não é só à noite que a gente quer trabalhar, **a gente quer trabalhar o bairro, o todo.**”

Através do relato do representante do Cidade Baixa em Alta, pode-se inferir que as iniciativas do grupo incrementam a dinamização da economia local, a atração da classe criativa – ponto principal para formação de um Polo Criativo (NEW ENGLAND COUNCIL, 2000; FLORIDA, 2005) – e interferem substancialmente nas estruturas sociais dos habitantes e usuários do espaço. Instaurando novas iniciativas, o grupo possibilita a vinda de indivíduos criativos para comercializarem seus trabalhos no território, o que acarreta o incremento da economia local. Por meio do PicNic no Museu, novos grupos musicais podem se apresentar, assim como empreendedores gastronômicos e demais comerciantes que vendem no evento; além de chamar a atenção para o Museu Joaquim José Felizardo, patrimônio cultural de Porto

Alegre. O Beatles' Day, Comida de Rua, Calçada Gourmet, República do Escambo e Teatro de Rua são outros exemplos de ações que atraem comerciantes para região. Além disso, a preocupação em ocupar os dias da Cidade Baixa – território que concentra sua movimentação econômica na noite – contribui para a diversificação e dinamização da economia regional.

Como dito por García (2008 *apud* REIS, 2011a), a cultura fornece oxigênio para o fortalecimento da economia local. Por meio da verificação dos negócios criativos do espaço, pode-se concluir que a Cidade Baixa desenvolve-se economicamente, mas necessita de mais incentivos para novas iniciativas e maior valorização dos artistas – sobretudo, plásticos – que frequentam o território.

6.1.2 Convergências de Atuação

Por meio da articulação dos atores revela-se a sinergia em busca de um objetivo comum (LIMA, 2012). O grupo que recebeu destaque como atuante no território foi o Cidade Baixa em Alta (que conta com mais de 60 estabelecimentos comerciais associados), citado por 10 dos 17 entrevistados, como demonstram alguns trechos das entrevistas:

E8: “Eu acho que a gente (*Cidade Baixa em Alta*) tem tudo, a gente só precisa organizar isso e colocar a ideia no papel, **o que falta na realidade para gente aqui dentro é incentivo**, por que se a gente tivesse como pagar tudo o que a gente tem de ideia eu te garanto que existiria uma programação quase que diária de quatro a seis horas por dia aqui na Cidade Baixa. **O que nos falta é recurso** para fazer isso tudo, a gente faz o que está dentro da nossa viabilidade. A gente não recebe recurso público.”

E16: “Eu gosto do **Cidade Baixa em Alta**, porque é um canal também onde tu, sabe, dá uma posição, onde tem face, sei lá, sabe? Manda dizer alguma coisa que tu acha, eles fazem pesquisas, entendeu?”

E14: “Eles (*Cidade Baixa em Alta*) fazem, tem iniciativas muito legais assim de, justamente de forma a estabelecer o melhor diálogo entre os moradores e os estabelecimentos comerciais. Tipo, para o pessoal não ficar de gritaria de noite. Enfim, essas coisas. (...) Eu acho que o **Cidade Baixa em Alta**, eles têm uma competência muito grande assim, eles são muito organizados e pelo fato de ter a coisa muito bem articulada e esse tipo de confronto tem diminuído, sabe? Tipo, PicNic atrás do museu Joaquim Felizardo, a Cidade Baixa em Alta organizou. Isso é muito massa, cara. Que tu vê, não é só a gurizada, tem gente mais velha, tem, sabe? Isso é muito bacana, isso é uma coisa fantástica.”

E6: “Eu acho que a **Cidade Baixa em Alta** são os comerciantes daqui do Cidade Baixa que se organizaram, se juntaram e um dos objetivos principais é fortalecer o próprio negócio deles. E, em contrapartida, porque muitos deles gostam também dessa coisa de entretenimento, cultura, eles acabam favorecendo isso para as pessoas, mas eu acho que é meio fechado. É uma associação, é um conjunto de

empreendedores aqui do Cidade Baixa que se juntaram para fortalecer o trabalho deles.”

E1: “E o **Cidade Baixa em Alta** ele tá tendo uma baita contribuição nesse sentido, eu tô achando muito legal, por isso que eu tô te falando tanto de Cidade Baixa em Alta.”

E9: “A associação dos bares e restaurantes da Cidade Baixa é dá dinheiro para Woodoo e para o **Cidade Baixa em Alta**, para fazer essas porcarias que eles fazem aí.”

E10: “A ideia é boa desse **Cidade Baixa em Alta**. Todo mundo gosta de fazer alguma coisa em prol do bairro, mas não dá pra comprar gato por lebre, sabe? Isso é feito por empresários que querem vender cerveja e nem se quer é cerveja dentro do bar deles. (...)Eu suspeito do pessoal do Cidade Baixa em Alta, eles têm umas coisas legais, outras nem tanto, não é?”

Os moradores lembram o grupo a partir de suas iniciativas de organizar festas e eventos para estimular o comércio e o desenvolvimento cultural do território. E8 e E2 salientam o fato do projeto não receber investimentos. Ao dizer que “faltou estrutura de repente”, a moradora E2 reafirma o que o representante do Cidade Baixa em Alta (E8) falou: “o que nos falta é recurso”. O dinheiro para as ações é proveniente apenas de contribuições mensais dos comerciantes associados e de grandes empresas parceiras, mas nem sempre é o suficiente para manter os eventos acontecendo. Em 2014, por exemplo, o Pic Nic no Museu não ocorreu de maio a outubro, devido à falta de incentivos. Foi a partir do estabelecimento de parcerias com a Piá e a Rádio Itapema que o evento voltou a ocorrer em novembro.

Por outro lado, nem todas as citações sobre o Cidade Baixa em Alta foram positivas. O representante da Associação de Moradores (E9) refere-se às ações praticadas pelo grupo como “porcarias”, assim como o representante do S.O.S. Cidade Baixa – “grupo de moradores e admiradores do bairro que deseja devolvê-lo a quem mora ali ou gosta de estar ali, na paz, no amor e no respeito ao vizinho”⁷ – (E10) que afirma “suspeitar” dos feitos pelo mesmo. O fato é que essas instituições posicionam-se diferentemente do Cidade Baixa em Alta no que diz respeito aos métodos de ação:

E8 (*Cidade Baixa em Alta*): “Não adianta só cobrar. (...) Acho que **dá pra fazer**, acho que o morador pode ter uma contribuição muito maior do que se imagina, do que simplesmente reclamar.”

E9 (*Associação de Moradores*): “O que nós podemos fazer além de denunciar? O que nós vamos fazer? (...) Eu não sou fiscal da lei, eu sou apenas um sujeito, **eu sou sujeito à lei**, sujeito à administração pública, sujeito a tudo que acontece a minha volta, os agentes são eles.”

E10 (*S.O.S. Cidade Baixa*): “Eu acho que talvez haja uma sobre exploração da parte que é econômica, né, e isso à custa da parte cultural, né? Eles não são responsáveis por todos os comerciantes, eles têm o grupo deles e muito provavelmente seguem as regras todas direitinho: tem o isolamento acústico que precisa, não deixam, cuidam, orientam os seus seguranças a... ‘vamos caminhar numa boa, faz favor. Não grita aí,

⁷ Descrição disponível em: <<https://www.facebook.com/SOSCidadeBaixa>> Acesso em: 10 de outubro de 2014.

não mija aí?, né? Enfim. Mas tem uma série de outros que não fazem, e aí o **problema é a prefeitura fiscalizar** esses, né, e não permitir.”

Enquanto o S.O.S. Cidade Baixa e a Associação de Moradores buscam seus direitos junto ao Poder Público, o Cidade Baixa em Alta utiliza de um método mais próximo do que ocorre em Cidades Criativas de sucesso: unir cidadãos para a construção do desenvolvimento estratégico local (REIS, 2011a). Entretanto, cabe verificar as reais intenções da instituição visto que, assim como Florida é criticado por assegurar contratos para aplicação de modelos criativos para benefício próprio (COMUNIAN, 2011), o Cidade Baixa em Alta tem despertado a desconfiança de moradores – a exemplo de E10 – sobre a “exploração da parte que é econômica”. Embora discrepantes em alguns pontos, todos trabalham em prol do desenvolvimento do território, fortalecendo o critério de Convergências de Atuação no local.

6.1.3 Concentração Setorial de Iniciativas

Além da concentração de micro, pequenas e médias iniciativas; de grupos informais e de empreendimentos individuais; um Polo Criativo necessita de vocação produtiva para que as atividades que ali existam se relacionem e contribuam para a identidade local (LIMA, 2012). A Cidade Baixa é reconhecida por ser um ponto de encontro e troca de ideias, por sua vida noturna, seus bares e restaurantes conforme 15 dos entrevistados. Alguns fragmentos das entrevistas podem ser consultados abaixo:

E16:” Os **bares** é a atividade que mais floresce na Cidade Baixa. A venda de **comida** e **bebida**. É difícil tu botar um negocinho e ele não render, tem que ser muito ruim.”

E5: “Agora muito **bares** e coisa de diversão. Isso aí que é o fervo daqui. Aí o que acontece os barzinhos tudo cheio, você faz uma noite linda com calor, aí a Lima e Silva tudo lotado.”

E15: “Característico eu acho os **barzinhos**, as baladas, que mais? Acho que é isso.”

E17: “**Vida noturna** intensa, isso eu não vejo em nenhum outro lugar de Porto Alegre. (...) Eu vi muito pessoas se dando bem criando, quer dizer, setor de **comida** assim. Por exemplo, abriu a Pizzinha. (...) São pontos pequenos e comidas mais para poucas pessoas, explode assim, não sei dizer por quê? Mas explodem na Cidade Baixa.”

E13:” Principalmente o **comércio noturno** cresce bastante. (...) É, **bares** é o que mais cresce.”

E8: “É claro que a maior parte é **bar** e **restaurante**, porque eles, querendo ou não, são os mantenedores (*da Cidade Baixa*). A diversidade gastronômica é uma coisa também que é ampla. (...) Chegar no domingo de tarde e ter a opção de fazer coisas e isso eu acho que chama muito a atenção. Tu sabes que vai ter um piquenique, é aqui;

vai ter não sei o que, vai ser aqui. Dificilmente vão colocar do outro lado que vai ser contramão, é que é central, não é à toa que as manifestações acontecem por aqui. Tudo tem uma razão, então ele tem um posicionamento próximo ao centro, ele é próximo à orla, ele é próximo de parques, ele tem muita variedade, então tu não te sente isolado em nenhum momento, tu não precisa sair do bairro para fazer nada, para nada mesmo. Então, tu estás muito próximo de tudo e acho que isso acaba acarretando o pessoal querer vir para cá mesmo.”

E1: “Eu acho que têm coisas diferentes e pode ter muito mais. Sabe?”

E7: “A parte do sushi. A parte de **temakeria** está crescendo muito na Cidade Baixa, a cada seis meses, se instala um barzinho, um restaurante de temaki aqui na Cidade Baixa. Esse é o segmento que eu vejo que está crescendo aqui.”

E14: “Eu acho muito legal que a cena gastronomia vegetariana e **vegana** esteja eclodindo da forma e que está eclodindo assim. (...) É impressionante assim como pipocou assim na Cidade Baixa esse tipo de espaço.”

E4: “Tá virado só em boteco. A João Alfredo ali, é só boteco, é só **bar**. Aqui a nossa (*Joaquim Nabuco*) é bar, a Lima e Silva é só bar.”

E10: “Se a gente for pensar estritamente em termos de economia da cultura e vamos abrir esse espaço para o sujeito que vai lá e faz música no **bar**, né? Esse conceito fica amplo. (...) Se você puser isso numa categoria de lado eu acho que ela merece porque ela é muito grande, ela é muito, o motor dessa fama da Cidade Baixa, né? Muito. Mas o bairro tem outras facetas bacanas, não é só isso.”

E11: “É melhor também, que tem muita opção, **restaurantes**, um monte de coisas que dá para fazer a pé, foi um dos motivos de eu me mudar para cá, eu não tenho carro e nem pretendo ter.”

Por meio destes empreendimentos, o território desenvolve uma vida social mais vibrante, o que tende a atrair os talentos criativos conforme o *New England Council* (2000). Conforme Reis (2011a), é preciso verificar se existe uma vocação local ou se o território é simplesmente uma praça de comércio específico. Para isso, a autora salienta a necessidade de se conhecer a história de formação da região.

Mais do que uma praça de bares e restaurantes, a Cidade Baixa é reconhecida como ponto de encontro e troca de ideias desde o início da sua história, o que a faz ter uma concentração setorial de iniciativas que, além de fortalecer sua identidade, estimulam o entrosamento entre os atores locais e ativam sua economia.

6.1.4 Adensamento Empresarial

Quando um território se desenvolve economicamente, uma maior diversidade de empreendimentos surge para suprir a população local (LIMA, 2012). A disponibilidade de bens e serviços é tratada por 4 dos entrevistados:

E1: “Eu consigo me fechar no bairro para **suprir** minhas necessidades de compra.”

E2: “Ah, eu acho que é um bairro independente, né? Porque ele é um bairro, digamos assim, quase **autossustentável**, tem tudo aqui.”

E5: “Aqui tem **tudo**. É o melhor bairro de Porto Alegre.”

E17: “Tem empreendimentos para **todos os gostos** ali. Cada um procura o que se agrada mais. Como se fosse uma religião, cada um procura a sua igreja.”

Segundo os respondentes, é possível suprir as necessidades de compra dentro do território. Além disso, o local inspira vida e serve de “ponto de partida” para diversas empresas, assim como para divulgação das mesmas e de seus produtos:

E14: “Tu tem farmácia que fica até de noite, tu tem uma padaria que é só de dia. Ou então uma coisa que acontece muito, que eu acho muito bacana, com relação a gastronomia, por exemplo. Tipo, muitos bares começaram a se dar conta que, tipo, não vale a pena tu ter uma cozinha inteira ali, perfeita sem usar ela durante o meio dia. Então, eles começaram a **chamar chefes** para alugar a cozinha durante o meio dia e **rentabiliza** muito pra cozinha comercialmente ter esse aproveitamento. (...) A Cidade Baixa tem essa **vida** total assim, sabe? É de manhã, é de noite sempre tem movimento.”

E17: “O pessoal quer fazer alguma **divulgação**, procuram a Cidade Baixa para ser o ponto de partida. (...) É onde acontece praticamente a **vida** de Porto Alegre à noite e todo mundo: ‘Ah, onde é que tu vai?’ ‘Cidade Baixa’. ‘Ah, onde é que a gente pode ir?’ ‘Cidade Baixa.’”

E12: “Depende qual é a tendência das pessoas, acaba, a Cidade Baixa acaba sendo o **aporte de Porto Alegre**, do que está acontecendo. Então, qualquer geração está curtindo a cerveja, a Cidade Baixa vai ter cerveja, e quando o pessoal quiser beber mais vinho vai parecer negócio de vinho, sabe? (...) Ah, acho que o comércio, o comércio fica mais ativo de noite, as pessoas e tal ficam mais ativas de noite e mesmo sendo noite tu acabas sentindo que é um bairro que está **vivo**, e os outros bairros é mais um bairro dormitório mesmo. Chega em casa, janta e dorme. ”

E9: “Ela tem a sua **vida própria**, tem a sua população, metade dos moradores pelo menos são idosos, a outra metade, uma boa parte de estudante e a outra parte trabalha, é um pessoal que requer um certo conforto, um certo sossego, né? O estudante, o trabalhador tem que recuperar a energia, se dedicar, e o idoso porque já tá desgastado o suficiente.”

Tabacarias e farmácias que fecham cedo em outros bairros permanecem abertos na Cidade Baixa. Desta forma, o espaço passa a sensação de estar vivo. Dos 17 entrevistados, 4 referem-se à “vida” da região, o que corrobora com a afirmação de Yde (2012) sobre os territórios serem redes vivas. O adensamento de empresas no local é sentido pelos moradores como resultado da fama da Cidade Baixa e de seu alto número de frequentadores e demais atores.

6.2 CAMPO DA CULTURA E DA IDENTIDADE

Um Polo Criativo possui uma identidade reconhecida pelo público que o distingue de outras localidades (LIMA, 2012). A Cidade Baixa demonstra possuir características únicas que a diferenciam, sobretudo em função do seu contexto histórico. Neste item, são analisados os parâmetros referentes às particularidades desta região.

6.2.1 Construção da Imagem Coletiva

Polos Criativos possuem identidade cultural própria ligada à arquitetura, história ou formas próprias de organização (LIMA, 2012). Os aspectos históricos da Cidade Baixa contribuem para a sua imagem. Palavras relacionadas à Boemia do local foram citadas por 11 dos 17 entrevistados, sendo que 4 citaram-nas tanto no que se refere ao aspecto histórico da região, quanto às características locais. A seguir, alguns trechos das entrevistas:

E15: “É um bairro **boêmio**, bastante boêmio.”

E1: “A vocação mais clássica é a própria **boemia**. Mas não podemos reduzir só a boemia. Porque de dia ele é frequentado por famílias também. (...) mas tipo, se vai se resumir uma palavra é a própria boemia mesmo.”

E13: “Ah, a **boemia**, né. Acho que o perfil dos moradores também é uma coisa meio a parte, não sei explicar como é que é ou não, exatamente assim, determinar assim o perfil deles, mas é um perfil assim de uma galera mais de boa.”

E17: “A Cidade Baixa era o ponto de reduto dos marinheiros, do pessoal da **boemia**, dos poetas da cidade, dos músicos. Nei Lisboa, Ernesto de Castro, a cultura antiga de Porto Alegre, se apresentava aqui. (...) Eu frequento a Cidade Baixa desde os meus 14 anos. Na verdade, eu comecei mais no **Bom Fim** no tempo da Osvaldo Aranha. Quando fechou o bar do João, fechou aquele movimento cultural que tinha nos finais de semana e de noite, eu acabei migrando para Cidade Baixa ”

E7: “Aqui não, aqui é mais fácil, porque ela é tida como uma zona mista. É uma zona meio um pouco **boêmia**, um pouco residencial.”

E12: “Hoje, é considerado o bairro mais **boêmio** de Porto Alegre, acontecem vários eventos culturais aqui.”

E6: “Eu acho que o que tem de diferente nele é que ele tem um histórico de cultura, um histórico também de **boemia**, então, isso também traz pessoas com perfil que gosta mais de diversão. Gosta também de uma coisa mais boêmia, mas também tem as famílias.”

E11: “Acho que ele tem uma população **boêmia**.”

E9: “A principal vocação da cidade é a moradia, não é dormitório, é moradia, é botar a mesa na calçada para tomar um chimarrão. (...) E pode-se dizer a **boemia**. (...) Aqui na Cidade Baixa ou eles se preocupam em viver harmoniosamente conosco ou

nós vamos fazer que nem o pessoal do **Bom Fim** fez com eles, vamos botar toda essa corja pra rua. O Bom Fim levou mais de 5 anos lutando com eles, mas botou toda essa corja que tá aqui agora botou pra rua de lá. ”

E14: “É essa ideia de polo criativo enquanto economia ela é eu acho que uma segunda fase assim. Tipo, é uma coisa que vem depois de uma fase muito **boêmia** assim, sabe? Ela é praticamente a institucionalização de economias que rentabilizam movimentos artísticos, coisas que tem por trás, ideologias assim, sabe? E eu acho que isso de certa forma aconteceu com o **Bom Fim**, por exemplo. O Bom Fim foi o grande bairro boêmio dos anos 80.”

Desta maneira, percebe-se que a imagem coletiva é construída a partir do seu aspecto boêmio. O Bom Fim foi citado em 5 das entrevistas quando os respondentes falavam da história da Cidade Baixa. Segundo os moradores, devido ao fechamento dos estabelecimentos do Bom Fim a partir do final dos anos 1980, a população boêmia migrou para a Cidade Baixa.

O conflito entre moradores e usuários do Bom Fim acarretou o fechamento dos bares e cinemas do bairro. O mesmo movimento iniciou, no final de 2011, na Cidade Baixa, o que culminou na criação de um grupo para evitar que a situação se repetisse. Esse grupo foi o Cidade Baixa em Alta, que busca o desenvolvimento do bairro por meio, sobretudo, do uso da rua.

As atividades ao ar livre foram referenciadas pelos moradores no que diz respeito à imagem construída do local, como nos trechos abaixo:

E1: “**Quando eu falo Cidade Baixa, a primeira coisa que me vem na cabeça é um bar ao ar livre.** Eu acho muito legal a questão do pessoal estar na rua bebendo, conversando, é uma coisa muito comum, muito ao natural assim que as coisas acontecem lá. A questão da **rua** mesmo, porque tem bares ali que não existe nem cadeira dentro, as cadeiras são todas para rua. **Tem uma necessidade de ser visto dentro da Cidade Baixa e ver as outras pessoas.** A questão do ar livre. Olha, eu acho que a questão assim de manifestações artísticas, é que agora tem um movimento que é a **Cidade Baixa em Alta**. Está tendo muita coisa que fecha a rua. Mudou também a questão do ar livre assim. Que nem esse, eu acho que foi a 6ª edição do Carnaval de Rua também, que cada vez leva mais gente assim para Cidade Baixa. Eles são, eles são um agrupamento dos empreendedores que tem bar, restaurante lá, e daí qual que é o foco deles? Atrair o público com espetáculos ao ar livre.”

E11: “Acho que é mais eventos que acontecem na **rua** mesmo. Organizado pelas pessoas que se reúnem e vão lá. Acho que também bastante gente que faz alguma coisa na rua que mora aqui por perto também, que quer que o bairro tenha alguma coisa diferente, legal.”

E16: “Nas primeiras vezes já fizeram (*Cidade Baixa em Alta*) cinema na **rua**, superlegal ali esquina do Ossip, ali, sabe? Cinema na rua. Apresentações assim circenses nas esquinas, o carnaval de rua foi também. Acho isso muito CB, sabe?”

E15: “Olha, eu conheço o Largo do Zumbi dos Palmares onde tem a feira de fruta, né, sempre aos sábados, né? O carnaval da Cidade Baixa que agora virou **tradicional**, né? Todo janeiro e fevereiro tem aquele carnaval (*de rua*) da Cidade Baixa, tem o bloco Maria do Bairro, o bloco Maria do Bairro, o bloco Club Star, que agita a cidade, né? Que agita Porto Alegre.”

E13: “Eu acho que na rua mesmo assim. Na **rua** aquelas festas que teve, sabe, de carnaval, naquela época também, eu acho que foi alguma coisa ligada assim a esse projeto aí deles (*Cidade Baixa em Alta*).”

Dos 17 entrevistados, 7 tratam do uso da rua como característico do território e alguns citam, inclusive, os eventos ao ar livre do Cidade Baixa em Alta. Desta maneira, percebe-se que a apropriação do espaço se dá pelo uso das ruas, em que frequentadores e moradores caminham para verem e serem vistos. A grande movimentação no território favorece a imagem de vida e dinamização. Contudo, há um fator que dificulta o incremento do uso do espaço público: a insegurança.

E1: “Tem esse tipo de problema (*criminalidade*), depois que eu fui virar morador que eu notei isso também. Mas eu acho que, mesmo assim, nem se comparar ao Centro. O Centro é muito pior de certa forma. Que nem assim, uma coisa simples, dez da noite você tem que ir no mercado comprar qualquer coisa morando no Centro eu me sentiria um pouco mais inseguro. (...) Mas também a Cidade Baixa é culturalmente mais agitada do que o Centro.”

E16: “Aspectos negativos, eu acho que **falta segurança**. No verão tinham dois PM's sempre ali na esquina, depois sumiram. (...) A segurança eu acho que ainda falta alguma coisa. Eu acho que a gente tinha que ter essa segurança, principalmente nas ruas transversais, porque o que acontece aqui é que depois de uma certa hora, né? Umás duas, três da manhã é difícil, porque aí fica, eles ficam esperando as pessoas que saem do bar, né? Para que vão pegar carro e tal e assaltam. Diminuiu, mas ainda existe. Então eu acho que tínhamos que ter mais policiamento nas ruas transversais, não é?”

E11: “É um bairro relativamente seguro, já que ele é bastante movimentado. Raramente tu andas por ruas desertas, alguma coisa assim. É **tranquilo**. (...) Porque no momento que tem bastante gente na rua tu se sente mais seguro.”

E4: “Não é um bairro ruim, né? O problema é esse, né? É os **maconheiros** aí. É **tiro** volta e meia. (...) Eu acho que tirar os maconheiros daí já seria ótimo. A gente ia viver mais tranquilo.”

E17: “É um bairro **seguro** (...) Tem um nível bom de pessoas que circulam a noite toda. Tem muita gente que circula ali a noite toda, então onde tem pessoas tu te sentes mais seguro.”

E14: “A **segurança** na Cidade a Baixa durante o dia é boa. O problema é durante a madrugada mesmo, mas, enfim, é essa a situação daqui.”

E2: “É um bairro bom, mas em função dessas extras de bar, porque onde tem muito bar também dá muita **violência**, tem bebida, tem... E isso traz várias pessoas aí é esculhambação de madrugada na rua, é briga, dá violência, enfim. Nós perdemos bastante qualidade de vida no bairro nos últimos tempos.”

E9: “Cadê a nossa segurança? Ali na frente da minha casa já **mataram** um. (...) Isso é outra falácia. Por que os bares nos dão segurança, dão mesmo? O que adianta nós ficarmos seguros dentro de casa se nós não conseguimos dormir direito? E esse negócio de bar dar segurança, o bar não tá aí pra dar segurança!”

E6: “Tem pontos da Cidade Baixa que são mais seguros até por conta do comércio e tem outros lugares que nem tanto. (...) Onde não tem tanta gente circulando é mais **perigoso**.”

Nos enxertos acima, é possível verificar que a falta de segurança é o principal ponto negativo da região. Dos entrevistados, 13 apontam o local como inseguro enquanto apenas 4

consideram o bairro seguro. Segundo Pardo (2011), segurança é um dos quatro requisitos para uma cidade ser considerada criativa. Cidades como Bogotá e Medellín conseguiram superar seus altos índices de violência com a implementação de bibliotecas públicas que, além de ambientes de leitura, fornecem espaço para convivência entre os cidadãos, sem preconceitos e com acesso gratuito a vários recursos, inclusive internet. A BiblioRed incrementou o índice de desenvolvimento humano das regiões e a igualdade, além de fortalecer o empoderamento da população quanto ao espaço público (REIS, 2011).

Conclui-se que o histórico da Cidade Baixa favorece sua imagem boêmia, que é repassado pela maioria dos moradores locais. Ademais, pode-se dizer que o Cidade Baixa em Alta, pelo fato de organizar eventos ao ar livre, contribui para sustentabilidade da imagem local e para a apropriação do espaço, exercendo um importante papel no meio. Todavia, salienta-se a importância de melhoras na segurança pública, pois, embora a grande circulação de pessoas aumente a sensação de segurança dos moradores, a insegurança ainda é o principal problema da região.

6.2.2 Valor Agregado Intangível

O valor agregado intangível deve contribuir para a sustentabilidade local, bem como para a diferenciação do território e de seus bens (LIMA, 2012). Questionados sobre que características seriam únicas da região, a diversidade surgiu em 10 das respostas. Algumas delas estão expostas abaixo:

E16: “Ah, eu acho que é primeiro assim, é que todo mundo parece que vem aqui a fim de festa, né? (...) **Tem lugar pra todas as tribos**, entendeu?”

E11: “É bem variado. (...) Tem pessoas que gostam muito de estar na Cidade Baixa por ter bastante opção cultural e pode fazer diferente na noite, que acaba agregando **todas as tribos**, mais ou menos assim.”

E12: “Tem bastante **diversidade**, tu encontras muita coisa, muita coisa que tu gostas e muita coisa que tu não gostas. (...) O bairro é **para todo mundo**.”

E7: “A **diversidade** é um aspecto positivo. (...) **Pluralidade** de pessoas. Pluralidade de pessoas aqui, eu acho, porque aqui tu consegues ter contato com pessoas de várias nacionalidades, várias idades. Várias culturas diferentes, convivências diferentes. Eu aqui no meu bar faço festa para todo tipo de gente. Gays, africanos, latinos, sambistas, pessoal que frequenta eletrônica...”

E8: “Então, tem aqui outros de ativismos de focos conceituais, de todas as áreas, qualquer tipo de envolvimento ativista está aqui. Aqui é **o lugar mais democrático** para ser discutido isso. Acho que o bairro tem isso, de conseguir respeitar a

diversidade e trabalhar muito a cultura e diversão e entretenimento. Acho que esse é o foco. (...) É um bairro de formadores de opinião. Sabe que aqui é o lugar onde as pessoas vão vir para discutir, vão para se politizar, vão para sentar, vão para argumentar. Então, isso é uma coisa do bairro, é bem forte isso. O pessoal tem consciência disso.”

E16: “Eu acho que a Cidade Baixa tem de **tudo**. (...) Você quer vir de salto, Louis Vuitton Vem. Tudo bem. Agora, faz favor não incomoda quem tá de chinelo de dedo, sabe? Porque a pessoa vai tá de chinelo de dedo e azar. De bermuda, de chinelo de dedo, de camisa regata, sabe? Aqui, é isso que eu gosto aqui. Se tu for lá na Padre Chagas de chinelo de dedo e camisa regata, não vai pegar bem.”

Segundo Lerner (2011), a sociodiversidade, a identidade e a conexão entre as pessoas e o ambiente são essenciais para o desenvolvimento sustentável do local. Outro aspecto importante para a sustentabilidade da Cidade Baixa é a sua localização estratégica, que contribui para que seus moradores não precisem de veículo para se locomoverem e possam chegar rapidamente ao seu destino. Tal item foi tratado por 12 dos respondentes, conforme exemplos a seguir:

E8: “Pra mim é muito, **o dia tem 400 horas**, eu consigo fazer 40 coisas por dia enquanto as pessoas que moram em bairros e trabalham em outros sabem da dificuldade que isso é.”

E2: “É tudo aqui. Assim, **estrategicamente**, melhor bairro impossível, por quê? Tu vais para o centro a pé, tu vais para Zona Norte a pé aí. Mesmo que tu não precisas caminhar muito. Vais pra Redenção, tu vais até o Clinicas, enfim, tu andas nessa zona aqui sem precisar de ônibus se você gosta de caminhar. Então é o lugar ótimo, vai para o Gasômetro, vai para o Beira Rio, enfim. É um bairro bom nesse sentido.”

E5: “Ah, aqui é perto de tudo, minha querida. (...) Tem tudo. Hospital é perto, farmácia e shopping, Centro vai a pé. É o **melhor bairro** de Porto Alegre. (...) Todo mundo conhece todo mundo, isso é o principal. Todo mundo, ou está na padaria, ou está aqui e diz: ‘Oi, tudo bom?’ Às vezes o cara está lá no Barra Shopping, já vindo de outra cidade vai e te cumprimenta, nem sabe o nome, mas se conhece daqui. É, uma **cidade pequena**.”

E6: “Esse espaço de diversão, de curtição e a **localização** também, a gente não pode esquecer disso. Que é muito perto de tudo. Do Centro, do Bom Fim, tem ônibus para Zona Norte, tem ônibus para Zona Sul, é perto da rodoviária. Então, isso, a localização também é uma coisa bem importante.”

E4: “Eu vim do interior e aqui era mais **próximo do Centro**. (...) Só no Centro. Antes a gente ia a pé e voltava a pé. Agora a passagem é de graça...”

E7: “A diversidade é um aspecto positivo. Eu diria que a **facilidade de acesso** pra qualquer outra região também. As **relações pessoais** estabelecidas aqui são fáceis, relação entre pessoas, sabe? Em algumas regiões de Porto Alegre assim não são tão fáceis, são meio complicadas.”

E16: “Positivo é esse então, eu acho que tem bastante pra tu fazer, **tudo em volta**, próximo de qualquer coisa, fácil acesso, um bairro que se relaciona como se fosse uma **cidade pequena**, aliás, sabe? De interior assim que as pessoas se conhecem.”

E11: “É mais **perto** do trabalho. E tem bastante coisa para fazer também durante a semana, e eu quis morar sozinho num lugar que me oferecesse bastante opções além de ficar em casa. (...) Eu morava na Zona Sul, a Cidade Baixa é um lugar bem central para encontrar as outras pessoas, meus amigos...”

Um dos fatores de sucesso para uma Cidade Criativa, segundo Lerner (2011) é “morar perto de seu trabalho”, já que contribui para a qualidade de vida dos indivíduos. Cabe destacar que os laços formados no território também foram destaque, surgindo a ideia de que a Cidade Baixa é uma “cidade pequena” dentro de Porto Alegre (conforme E5, E9 e E16), devido à relação estabelecida entre os residentes locais.

Desta maneira, pode-se verificar que tanto a diversidade quanto a tolerância – essencial segundo Florida, 2005 – se apresentam na região como valor agregado intangível. Além disso, dos pontos positivos, sua localização estratégica e o relacionamento entre os atores receberam destaque; o que, segundo os parâmetros de Lerner (2011), contribui para a sustentabilidade local e o incremento da qualidade de vida da população.

6.3 CAMPO DAS RELAÇÕES SOCIAIS

As relações humanas impactam no desenvolvimento econômico de uma região (REIS & URANI, 2011). Desta maneira, as formas de gestão compartilhada, assim como o uso das tecnologias e a sustentabilidade local são decisivas para a constituição de um Polo Criativo. O estudo destes critérios no território da Cidade Baixa é apresentado a seguir.

6.3.1 Formas de Governança Próprias

O Plano Nacional de Cultura tem como uma de suas metas reconhecer 110 Territórios Criativos no Brasil (MINC, 2011). A partir deste reconhecimento, o território passa a receber recursos para se desenvolver ainda mais no que se refere à Economia Criativa. Para tanto, a sociedade civil destes locais precisa fortalecer suas formas de gestão próprias e sua relação com o poder público, para assim, serem reconhecidos. Na Cidade Baixa, a Associação de Moradores apareceu em 5 das 17 entrevistas:

E6: “Eu sei que tem a **Associação dos Moradores**, que enfim, é aberta, quem quiser participar, participa, mas não sei se é tão ‘quem quiser participar, participa’.”

E16: “Eu acho que falta também um pouco dessa junção dos moradores, porque essa **Associação** que existe, ela é meio sectária. Tá super um lado, entendeu? Por isso

que eu gosto do Cidade Baixa em Alta, porque é um canal também onde tu, sabe, dá uma posição, onde tem face, sei lá, sabe? Manda dizer alguma coisa que tu acha, eles fazem pesquisas, meio que, porque eu acho que essa Associação ela só representa as pessoas como eu que são mais velhas. Pessoas mais velhas, mas eu digo assim, que pensam de forma mais velha, entendeu? Ah, que não querem festa, não querem carnaval, que não sei o quê. "

E14: "Existe um embate muito estúpido assim entre **as Associações de Moradores** e as associações comerciais, (...) eles (*Cidade Baixa em Alta*) fazem, tem iniciativas muito legais assim de, justamente de forma a estabelecer o melhor diálogo entre os moradores e os estabelecimentos comerciais."

E9: "A **Associação** (*dos Moradores*) tem mais gente velha, somos quase metade, mas a energia do velho não dá nem pra comparar com a energia dos jovens."

E10: "A **Associação dos Moradores** é bacana, todo mundo que fizer alguma coisa pelo bairro, para nós, é bem-vindo."

A instituição foi caracterizada como "sectária" por um dos respondentes, o que despertou a ideia de a mesma não representar todos os moradores. De acordo com a entrevista cedida pelo membro da Associação de Moradores, torna-se evidente a posição focada desta instituição:

E9: "A Associação dos Moradores, na atual gestão, por decisão da diretoria, aprovada pelo conselho, só tem uma responsabilidade: de recuperar o **sossego**, a paz e o silêncio. Nós não vamos nos meter em mais nada."

Segundo o membro da Associação de Moradores, o conselho não quer perder o foco, só participará de outra ação após "recuperar a paz" e para isso, só uma ação é necessária: "o cumprimento da lei federal do meio ambiente." Das críticas feitas, há uma rixa aparente entre esta instituição e o Cidade Baixa em Alta. No que concerne ao relacionamento entre eles, o representante da Associação é enérgico em afirmar:

E9: "Não existe mais essa relação. Foi **cortada** por mim."

Um dos moradores tentou explicar o confronto:

E7: "Acontece o seguinte, eles (*Associação de Moradores*) têm um método de pensamento em relação ao uso comum deles e os empreendedores precisam trabalhar de alguma forma. Acontece às vezes que, tem uma Associação na Cidade Baixa que chama Cidade Baixa em Alta - que é a associação dos donos de bares, pubs, segmentos assim gastronômicos e tal - que tenta a cada dois, três meses fazer uma reunião com o presidente da Associação dos Moradores do bairro para ver o que está incomodando, para ver o que evoluiu, mas eu te digo que **não é muito tranquilo**, pelo menos aqui na rua (*Joaquim Nabuco*) e na João Alfredo eu posso te afirmar isso."

Já sobre o relacionamento entre o Cidade Baixa em Alta e o S.O.S. Cidade Baixa o representante deste último afirma:

E10: "A gente eventualmente senta na mesma mesa com a prefeitura e com o Cidade Baixa em Alta pra conversar, né? É eventual, em geral é ou organizar mediado pela imprensa, que faz, se interessa pelo assunto ou pela prefeitura. A relação é boa, as pessoas se sentam e conversam, são pessoas boas, bem intencionadas e tal. É uma coisa que a gente precisa dizer também, eles não são responsáveis por todos os comerciantes. Eles não são responsáveis por todos os comerciantes, eles têm o grupo

deles e etc. E muito provavelmente seguem as regras todas direitinho, tem o isolamento acústico que precisa, não deixam, cuidam, orientam os seus seguranças a... vamos caminhar numa boa, faz favor. Não grita aí, não mija aí, né? Enfim. Mas tem uma série de outros que não fazem, e aí o problema é a prefeitura fiscalizar esses, né, e não permitir.”

Embora a formação de políticas públicas impulse o desenvolvimento criativo de uma região, sem o apoio da sociedade civil, não é possível constituir um Território Criativo (LANDRY, 2000; BRADFORD, 2004; MARTINS, 2011). Como descrito por Reis e Urani (2011), as relações humanas impactam profundamente na economia local e no seu desenvolvimento; além disso, o conflito entre as lideranças gera prejuízo ao exercício da cidadania para os indivíduos que ali habitam e não são representados frente às decisões que os influenciam.

E9: “Saiu a **farsa** da Audiência Pública da Cidade Baixa, onde essa moradora, dona de dois bares, foi reconhecida pela prefeitura como representante dos moradores e votou a favor da prefeitura. Onde a Fernanda Melchionna levou cento e tantos militantes, que não eram residentes da Cidade Baixa, para votar como se moradores fossem contra os nossos interesses, dos moradores.”

De acordo com as entrevistas, a Associação de Moradores mantém-se afastada de outras instituições que ali atuam em prol do desenvolvimento do bairro como a Cidade Baixa em Alta e o S.O.S. Cidade Baixa. Quanto ao relacionamento com este último, seu representante expõe:

E10: “Tem a Associação dos Moradores, tá lá, mas nós não somos isso. A gente acha eles bacana, estamos todo mundo chutando no mesmo gol, mas a gente criou um troço que é partidário.”

A partir do dito pelo representante do S.O.S. Cidade Baixa, confirma-se a imagem “partidária” da Associação. O representante desta se posiciona da seguinte maneira:

E9: “Eu lamento que eles (*S.O.S. Cidade Baixa*) ainda, eles tenham uma ideia muito velhota da Associação. (...) É que eles não querem, o caso deles, eles querem conversar na internet. E o nosso pessoal, mais velho, conversa comigo particularmente. Vem nos visitar, pede pra mim ir na casa deles.”

A Associação dos Moradores é uma instituição formada para representar os residentes locais frente ao poder público. Devido ao seu posicionamento partidário e passivo, sua representatividade não tem sido plena, deixando a desejar para muitos moradores.

Pardo (2011) trata de quatro elementos que devem ser trabalhados no relacionamento da administração pública, empreendedores e demais instituições locais a fim de se estabelecer uma liderança efetiva: respeito; envolvimento ativo; planejamento estratégico e comprometimento. As formas de governança próprias são essenciais para o reconhecimento de Territórios Criativos. Desta forma, torna-se primordial o fortalecimento das mesmas no território em questão.

6.3.2 Desenvolvimento de Tecnologias

Como Reis e Urani (2011) colocam, Cidades Criativas são repletas de inovação. As tecnologias representam novas formas de relacionamento que geram impacto positivo tanto nas formas de produção quanto na organização das atividades econômicas, sociais e culturais (LIMA, 2012).

Como ferramenta de aproximação entre as pessoas, as redes sociais são citadas em 8 entrevistas. Para tomar conhecimento dos eventos que ocorrem no território, 4 respondentes citaram o Facebook como meio utilizado, sendo que três colocam a vivência ou o acaso como segunda maneira de descobri-los:

E6: “Eu acho que depende do morador. Eu só fico sabendo pelo **Facebook**, ou andando na rua e dando de cara com um evento.”

E12: “Eu recebo muito pelo **Facebook** e por você ir e por tu estares no lugar e ver que acontece e eu sei que toda terça-feira e sábado de manhã tem uma feira aqui no Epatur. Não tem anúncio no Facebook, por exemplo, mas por vivência eu vi que acontece.”

E15: “Olha, eu sei dos eventos mais pelo **Facebook**, né?”

E1: “Tem que curtir a **página** do Cidade Baixa em Alta. E esses menores aí, tu tem que conhecer as pessoas, esse que é o problema. Vê um negócio que eles fazem na Ponte de Pedra que sempre vai um pessoal que põe uma piscina, enche de cerveja e fica vendendo e põe umas músicas.”

Dos entrevistados, E14 é empreendedor criativo e mantém seus negócios online. Ele explica o uso das novas tecnologias como meio de comercialização:

E14: “O meu negócio, por exemplo, ele se dá num espaço que é virtual, entende? Porque a gente não tem mais como estocar material. Eu acho que a gente não tem espaços pra negócios, a gente tem espaço pra pessoas que pensam em negócios criativos, as pessoas que moram ali e se interessam pelo negócio criativo, mas não que esses negócios se deem ali necessariamente, entendeu? E eu acho que aí sim tá se montando uma lógica.”

De fato, as redes sociais são também um meio de diálogo entre os moradores. Para o representante do S.O.S. Cidade Baixa, elas disponibilizam dois canais: um para discussão entre residentes e outro para reunião de simpatizantes do projeto.

E10: “Tem um grupo fechado no Facebook. Tem um aberto, uma fanpage, todo mundo pode participar, botar o dedo etc. e tal e tem um fechado. O fechado é mais ativo em termos de post, de conversa, de troca de informação. Ele tem um pouco mais de cem pessoas, acho que cem pessoas, sendo dois pra lá e dois pra cá, né? E aí tem o outro grupo, que aí tá na fanpage, né? Que a gente formou em março (2014) e já tem quinhentas pessoas, né?”

E8: “A primeira ação que a gente fez foi o panfleto Manual de Boa Convivência (Anexo 2). A gente imprimiu e levou numa reunião dos moradores do bairro que tinha na Sagrada Família (*Igreja Sagrada Família de Porto Alegre*) e viu que teve uma aceitação com o morador, a gente viu que o pessoal estava querendo fazer

alguma coisa. Tinha ali: quando sair do bar, não grite; se sair com um cachorro, limpe o cocô... era mais ou menos um manual de boa convivência em todos os pontos e isso a gente fez pensando no mundo real, mas no mundo digital, viralizou. A gente lançou a esmo e quando viu tinha quase 50, 60 mil compartilhamentos.”

Já para o representante do Cidade Baixa em Alta, o Facebook foi a ferramenta para iniciar suas ações. A partir do compartilhamento do Manual de Boa Convivência, buscou-se adequar os frequentadores à dinâmica e aos hábitos de vivência do lugar e dos moradores.

Conclui-se, portanto, que o uso da tecnologia auxilia no incremento da sustentabilidade social local, bem como na divulgação de informações, na comunicação e na comercialização entre os atores do meio.

6.3.3 Sustentabilidade Ambiental e Social

O Cidade Baixa em Alta tem desenvolvido ações que reconfiguram as atividades humanas, os cidadãos e a economia; permitindo que supram suas necessidades e expressem suas potencialidades sem deixar de preservar o ecossistema em que vivem. Sendo assim, a instituição aproxima a Cidade Baixa do critério de Sustentabilidade descrito por Lima (2012). Trechos da entrevista com o representante do Cidade Baixa em Alta salientam algumas ações que contribuem para o desenvolvimento sustentável da região:

E8: “Inserção de **bicicletários** na rua, o curso de inglês que a gente já deu, o curso de prevenção de incêndio, de prevenção de riscos, ações relacionadas a estes e qualquer outro tipo de sistema de saúde, de cinema, matinê, **piquenique no Museu** com arrecadação **solidária**, a gente tem teatro a céu aberto,... tudo, na realidade, desde o treinamento até a **coleta de óleo** de cozinha até isso e é uma gama extensa que a gente está fazendo, é cada vez mais abrindo portas para que cada vez mais coisas novas venham e que a gente tenha condições de financiar.”

E8: “A ideia é, este ano, como os eventos já estão andando mesmo por si só, focar mais essa parte de **adoção de praças**, de sinalização, dessa parte de pintura de bueiro, boca de lobo, **mobiliário urbano**, como é que a gente pode ingressar nisso, como a gente pode ajudar pra deixar o bairro mais bonito que a gente sabe do potencial dele. (...) A melhor maneira de tentar chamar a atenção para um lugar é povoando ele. Não adianta falar que a praça está lá inutilizada se não tem ninguém indo na praça. A partir do momento que tu começa a gerar uma demanda de utilização, o poder público vai olhar com outros olhos: ‘não, realmente tem gente usando, vamos trabalhar nisso.’ Então, a melhor maneira de chamar a atenção para o problema é usando o problema.”

Desta maneira, entende-se que o Cidade Baixa em Alta tem contribuído, por exemplo, para a recepção das tendências de mobilidade urbana (por meio dos bicicletários), para funcionalização múltipla dos equipamentos urbanos (por meio das ações em praças públicas e no pátio do Museu Joaquim José Felizardo), para o incremento da responsabilidade social

(por meio dos cursos para pessoas menos favorecidas e arrecadação solidária) e ambiental (por meio da coleta de óleo de cozinha). Tais itens são destacados por diversos autores que estudaram o desenvolvimento de Cidades Criativas, como Lerner (2011); Braner, Gaman & Radoslav (2013). Por meio da criatividade do Cidade Baixa em Alta, novos arranjos de governança foram firmados, valorizando a criatividade e a inovação nas formas de agir; ações que impulsionam o crescimento regional (LANDRY, 2000; BRADFORD, 2004; FLORIDA, 2005; REIS, 2009; BOTELHO, 2011).

Dar novas funções para a conservação sustentável de um local também surgiu nas respostas:

E9: “Aqueles casas ali na João Alfredo, aquilo lá é pra juntar meia dúzia de belas casas, manter a fachada e pelo lado de dentro abrir, fazer um enorme de um hall e lá dentro colocar teatros, disposições, pode ser uma *big* biblioteca ou livraria biblioteca, com café, um *American bar*, coisas assim.”

Através da preservação de construções históricas, pode-se proteger a identidade cultural, mas somente por meio da reutilização adaptativa dos espaços é que se pode conservar o seu significado histórico (BRANEA, GAMAN, & RADOSLAV, 2013). Como dito por Branea, Gaman & Radoslav (2013), a revitalização dos espaços deve respeitar três preceitos: escapar da busca pelo ideal, compreender a identidade local e obter apoio da sociedade civil. A população reconhece que seus próprios integrantes desejam a melhora da Cidade Baixa:

E13: “Tem muita gente, muitos moradores que se prontificam a **ajudar** assim, quando é uma coisa positiva assim, alguma coisa boa, né, os moradores sempre ajudam, né?”

E17: “Há uma certa **responsabilidade** dos moradores com a rua, com o bairro. Limpar, lavar. A rua é bonita também, é legal preservá-la.”

E8: “Tu acaba vendo que as pessoas estão **engajadas** em melhorar o bairro, querem auxiliar, transformar muitas vezes um espaço que está ali jogado às traças num espaço legal.”

Ao serem questionados quanto às práticas de responsabilidade ambiental, 6 respondentes referiram-se ao lixo, sendo que 3 deles questionaram a conscientização dos moradores quanto à coleta seletiva:

E2: “Eu acho que os moradores, eles contribuem muito para **sujeira** que tem no bairro por causa do descarte que não é feito de forma correta. Mas o pessoal assim, eles são... às vezes tem uma casa inteira em volta de um contêiner. Tem roupa, tem calçado, tem armário. Isso é um absurdo, um morador fazer uma coisa dessas. Então, assim, a falta de conscientização das pessoas é muito grande. E isso é muito ruim.”

E15: “Melhorou bastante também a **coleta de lixo**, né? Que antes era, que os lixões aqui tudo era jogado assim lixo, agora até por causa dessa coleta agora de lixo aí semanal tá ajudando bastante a preservar mais a Cidade Baixa, o lixo.”

E6: “Ambiental eu não sinto nada. Tem o contêiner na frente, mas o pessoal joga todo o tipo de **lixo** ali, orgânico e seco.”

E17: “Ambiental seria atividade do **lixo**, que eu vejo que é bastante importante para as pessoas de lá (...) As pessoas são responsáveis por calçadas, sempre de manhã quando eu vou pra aula sempre têm pessoas limpando a algazarra que acontece.”

Como sugestão para melhoria dos processos de coleta de lixo, a produtora cultural recomenda que se siga o exemplo de Canoas e disponibilize-se um contêiner para cada tipo de lixo, já que, atualmente, apenas o de lixo orgânico é disponibilizado.

E16: “Eu acho que, como Canoas, tinha que ter um contêiner para lixo orgânico e outro pra lixo seco. (...) Então eu acho assim, botaram os contêineres, mas faltou uma divulgação melhor, sabe? É, sabe? Fazer um... eu faço muito teatro empresa pra prefeitura, então, quando a gente faz, em quinze minutos que a gente faz de teatro a pessoa gruda na cabeça. (...) Nós já fizemos um terno de reis aqui, saiu todo mundo cantando, as pessoas assim aplaudindo, as pessoas estão afim dessas manifestações.”

Lerner (2011) destaca “separar o lixo” como uma das principais atitudes sustentáveis. Podemos observar que, embora a prefeitura tenha implementando os contêineres de lixo orgânico pela cidade de Porto Alegre, eles ainda têm sido destino de muito material reciclável. Atualmente, alguns prédios têm fornecido lixeiras diferentes para cada tipo de lixo, mas não são todos os moradores que praticam a separação adequadamente.

Já no que se refere às práticas de responsabilidade social do território, 8 moradores trataram do assunto:

E8: “Então hoje, por exemplo, já entrou em contato o SEDA (*Secretaria Especial dos Direitos Animais*) querendo fazer evento. Perfeito! Estamos junto. O outro menino quer fazer uma corrida de cadeirante. A gente está dentro. Agora vai ter um outro evento, a princípio, a gente quer fazer tipo uma gincana envolvendo as assistências sociais. A ideia é ser parceiro de quem pensa como a gente. (...) Pensar em eventos que venham com alguma **assistência**. A FASC (*Fundação de Assistência Social*) já é nossa parceira, que cuida dessa parte.”

E11: “Olha, responsabilidade social? Não sei, tem o jornal feito por vários moradores, o **Boca de Rua**.”

E13: “Ah, eu vejo alguns projetos sim, inclusive, dessa galera que eu te falei, do **Núcleo Urbanoide** ali, né? Tem um outro projeto, acho que é **Cidade Baixa em Alta**, né? Alguma coisa assim também. Eu não tô muito por dentro desse projeto, mas eu sei que eles se esforçam.”

E15: “Aqui na Cidade Baixa? Agora com essa lei seca agora, né? O **policimento** tá vindo aqui direto, ainda mais aqui na Lima e Silva, né? O pessoal tá sempre aqui em cima, sempre na fiscalização dos carros, né, pra ver se tem alguém dirigindo de forma imprudente, bêbado, eu acho que isso melhorou bastante.”

E7: “Próximo aqui tem uma rua que se chama Baronesa do Gravataí, que eles têm um projeto social que eles pegam meninos em condição vulnerável e tentam inserir em alguns seguimentos sociais que eles têm. Tipo, aulas de percussão, aulas de violão. O nome é **Areal do Futuro**, porque ele provém de uma escola de samba que existia ali, outra antiga, né? Que se chamava Areal da Baronesa, então eles criaram um projeto que chama Areal do Futuro. Eles pegam crianças em condição vulnerável e dão aula de percussão, aula de culinária, aula de violão, aula de cavaco, eles tentam ‘ressociabilizar’ essas crianças.”

E17: “Olha, esses dias eu vi um pessoal **pintando** os bueiros. Eu acho bacana. Volta e meia, o pessoal quer fazer alguma divulgação, procuram a Cidade Baixa para ser o ponto de partida.”

E14: “Essas coisas que o **Cidade Baixa em Alta** tá fazendo, do tipo, eles há uns tempos atrás, perto do carnaval, fizeram uma série de panfletos falando sobre lugares pra urinar, sabe? Isso me chamou muita atenção.”

E12: “: Das próprias pessoas que estão no bairro, como eu te falei antes, acontece as paradas de carnaval de rua, acontece **PicNic Solidário** no museu, que tem aqui, acontece um monte de **evento na Epatur**, acontece um monte de evento que param rua aqui na João Alfredo e fazem desde pagode ou gente fazendo churrasco na rua. Protesto também, o pessoal de bicicleta se encontra ali na parada de bicicleta na Epatur. Todo o **protesto** acaba vindo para Lima e Silva. É isso aí.”

O representante do Cidade Baixa em Alta, sintetiza o que a instituição busca: parceiros para ações que promovam o desenvolvimento do território. Outros 4 respondentes (E13, E17, E14 e E12) referiram-se a ações promovidas pelo Cidade Baixa em Alta, demonstrando que a instituição tem reconhecimento no meio. Ainda foram citadas como práticas de responsabilidade social: o Jornal Boca de Rua, o Núcleo Urbanóide (grafitagem), a fiscalização da Lei Seca, os projetos da Areal do Futuro e os eventos na Epatur. Todavia, de uma maneira geral, pouco foi citado, transparecendo uma falta ou de conhecimento da população quanto às práticas locais ou da existência de ações de responsabilidade social e ambiental.

6.4 INFORMAÇÕES DIVERSAS

Durante as entrevistas, outro aspecto relevante para a construção deste trabalho pôde ser percebido. Em relação ao espaço utilizado pelos moradores, constata-se que o mesmo diferencia-se das delimitações geográficas do bairro Cidade Baixa, possibilitando um desenho do território.

6.4.1 Limites territoriais

Polos Criativos não se limitam a espaços demarcados como bairros e cidades. No que concerne à Cidade Baixa, áreas situadas além das fronteiras do que corresponde a delimitação

formal do bairro foram citadas durante as entrevistas passando a ideia de que os respondentes reconhecem estes locais como pertencentes ao mesmo território:

E15: “Ah, também teve, tem bastante assim evento na Redenção ali, domingo passado teve o Nenhum de Nós ali na **Redenção** também. (...) Teve também aquele negócio lá que teve de noite na Redenção, que todo mundo foi com véu na redenção até.”

E17: “Eu acho que é a galera do teatro que está cada vez mais ativa ali na Cidade Baixa, na **Redenção**.”

E13: “Eu saio assim é final de semana, que eu vou no bar, alguma coisa assim. Tem aquele museu ali perto também na João Alfredo. Tem um museuzinho que tem ali, às vezes eu vou ali também. Minha namorada, a gente fica ali, na **Redenção** também.”

E7: “De noite, eu fico sempre aqui no bar, né? De dia eu vou pra **Redenção** às vezes.”

E2: “Aqui (*Zumbi dos Palmares*) de vez em quando tem os grupos aqui que vem e se reúnem, tem o circo, tem o pessoal de circo, vem aqui, fazem apresentação assim autônoma, né, livre. Na **Redenção** também, no Araújo Viana.”

E8: “Quando eu corro, eu corro na orla ou corro na **Redenção**; quando eu nado, eu nado por aqui, há 4, 5 quadras daqui. Quando eu saio, eu acabo saindo por aqui; quando eu janto, eu janto por aqui, então é tudo muito próximo pra mim.”

Dos 17 respondentes, 6 mencionam a Redenção ao serem questionados sobre locais da Cidade Baixa. Além disso, há a atuação dos mesmos empreendedores criativos em ambos.

E8: “A **República do Escambo** está entrando agora dia 12. Vai ser totalmente focada, inclusive são 10 ou 15 exposições do **Brique da Redenção**, da parte de artesanato, que vão dar o start, mas o foco é troca, não envolver dinheiro no futuro.”

Assim como a artesã Ieda Galvão (citada durante as entrevistas), outros integrantes da Classe Criativa que estão no Brique da Redenção comercializam (ou residem) na Cidade Baixa, o que fortalece a rede entre esses locais e a ideia de um território único que una os dois. Referente a este “grupo pensante”, a UFRGS foi citada como essencial para sua atração. Seus estudantes foram ligados ao local em 8 das entrevistas:

E14: “Essa centralidade que a Cidade Baixa assumiu tem a ver muito com a questão do conhecimento, da disseminação do conhecimento em função da **UFRGS**, eu acho que não existiria a Cidade Baixa se não houvesse UFRGS e não existiria esse polo criativo, esse grupo pensante ali jogando conversa fora no bar, se não fosse a universidade. (...) Aliás, eu ouvi há uns tempos atrás que eu acho que era em relação ao MIT, aquele instituto de ensino americano de que, o MIT ou Harvard, eu não sei. Eles seriam o melhor grupo de estudos, eles teriam os melhores *campi* não pelas universidades, mas pelos cafés, pela quantidade de cafés e espaços para as pessoas conversarem e debaterem. E isso me chamou muita atenção assim, porque parece que é parte do, é parte desse momento pensante esse **espaço do ócio**, sabe? Eles se complementam e isso atrai muita gente, né? (...) Mas eu ainda não acredito que isso seja algo, isso não tem nada a ver com o chão, sabe? A terra, sabe? Tem a ver com as coisas que acontecem lá, assim. Com toda a questão da UFRGS, como o fato de tu ter uma área com os imóveis com o aluguel baixo, sabe? Isso é o que motiva, isso pode migrar.”

E1: “E pelo que eu percebo, o pessoal jovem é estudante. Tipo, está de passagem, está estudando na **UFRGS**.”

E9: “Ela tem a sua vida própria, tem a sua população, metade dos moradores pelo menos são idosos, a outra metade, uma boa parte de **estudante**.”

E11: “Tem bastante estudantes também, que estudam na **UFRGS** e vem para cá.”

E12: “Eu acho porque as universidades são aqui perto a **UFRGS** é muito grande, tem pessoa ali na escola de medicina, também mora aqui.”

O dito pelo morador E14 culmina com as ideias de Santos (2005) sobre o espaço ser constituído pelas relações que ali ocorrem. A presença maciça de estudantes da Universidade no território não só é referida como também salientada pelos moradores. Quanto aos espaços frequentados, 5 dos respondentes incluíram o bar Tutti Giorno em suas respostas:

E17: “Teve no Festival Internacional de Cinema do Rio Grande do Sul, que ocorreu em Porto Alegre agora no início do mês, daí uma das exibições seria ao ar livre, só que ocorre em lugares diferentes da cidade, mas dessa vez foi no **Tutti**.”

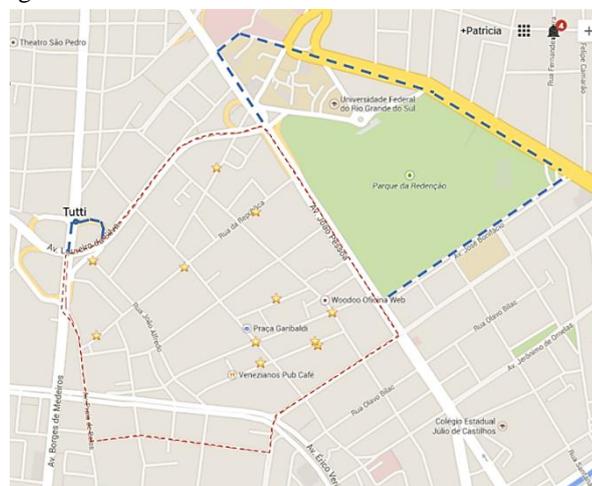
E13: “Ah, eu costumo ir mais ali mesmo na banda, no Ossip, ali, devo ir no **Tutti** agora terça-feira eu vou também. Os barzinhos assim, como é que é o nome? Pinacoteca ali, sabe? Mais barzinho simples assim, eu gosto mais de ficar mesmo. No Tutti eu gosto, mas sempre fica na rua, né? Não tô muito nessa fase de sair em balada e coisinha assim mais, sabe?”

E11: “Tem algumas coisas assim tipo, no Pasito, que abriu agora faz pouco tempo do lado do Opinião, eles aceitam bastante bandas novas assim. As pessoas vão lá, conversam com eles, quando vê já está marcando um dia para tocar e é num lugar aberto, quem quiser chegar lá escuta a música. Tem o **Tutti**, é assim, ali no monumento dos Açores, tem um bar ali do outro lado da rua, tem, onde tem ali alguns dias assim. E ali o pessoal leva caixa de som, leva gerador, leva som, quem quiser chega ali e pede para tocar.”

Além de ter sido referenciado pelos moradores, o bar Tutti Giorno faz parte da história de Porto Alegre, sendo o principal ponto de encontro entre cartunistas e demais artistas, o que o aproxima ainda mais da natureza da Cidade Baixa.

As citações indicam o ambiente reconhecido e utilizado pelos atores, o que, conforme Santos (2005), definiria os limites de um espaço. Desta maneira, sugere-se o acréscimo destes pontos no desenho do território (conforme Fig. 6): Redenção, UFRGS e Tutti Giorno.

Figura 6 Desenho dos limites territoriais da Cidade Baixa.



Em vermelho, delimitações do bairro; em azul, parte adicionada segundo a utilização dos atores. Fonte: elaborado pela autora.

Baseando-se nos parâmetros de Fonseca e Urani (2011), pode-se perceber uma conexão histórica e geográfica entre essas regiões. Além disso, a expansão dos limites territoriais se justifica: pela atuação de empreendedores criativos tanto na Cidade Baixa quanto na Redenção, pelo alto índice de estudantes da UFRGS no território e pela proximidade identitária entre o local e o Tutti.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil é um país rico em produção cultural. Assim, torna-se relevante pensarmos em políticas – públicas e privadas – para que o desenvolvimento da Economia Criativa não fique em segundo plano. Em Porto Alegre, algumas ações já vêm sendo executadas pelo poder público como a criação do Comitê Municipal de Economia Criativa. Todavia, é preciso voltar-se a locais que possuem potencialidade criativa e participação ativa da sociedade civil – como é o caso da Cidade Baixa – para impulsionar o desenvolvimento deste setor na cidade.

Relativo aos critérios descritos por Lima (2012) e que guiaram este trabalho, acredita-se que, embora inter-relacionados, o Campo da Identidade e da Cultura deve ser explicitado antes do Campo da Economia e da Gestão, visto que aspectos econômicos de Territórios Criativos são fruto de seu histórico e vocação, analisados no primeiro Campo citado. O histórico da Cidade Baixa contribui para a formação de uma imagem coletiva de boemia e ócio, sendo o local considerado pelos entrevistados como ponto de encontro e troca de ideias. Segundo Florida (2005), o território que permite a reunião de indivíduo e favorece a discussão constrói um solo fértil para o desenvolvimento criativo. Conforme o autor, a sociodiversidade e a tolerância são elementos essenciais para Economia Criativa. Tais características, bem como a pluralidade de indivíduos e a receptividade, compõem o valor agregado intangível da Cidade Baixa. A Avenida Padre Chagas, por exemplo, praça de bares e restaurantes de Porto Alegre, foi citada pelos entrevistados como um local em que se sofre preconceito pelo jeito de se vestir ou ser. Já na Cidade Baixa, é perceptível a convivência harmoniosa de diferentes tribos. Desta maneira, a identidade e a cultura regional favorecem a constituição de um Polo Criativo no território.

A Cidade Baixa caracteriza-se pelo desenvolvimento ascendente da sua economia e pelo adensamento empresarial que pode ser inferido a partir do relato dos moradores quanto à diversidade de estabelecimentos e o crescente número desses. Os entrevistados apontam como principal aspecto positivo do território a sua localização central e privilegiada, que permite o suprimento das necessidades (de compra, trabalho, estudo ou entretenimento) sem grandes deslocamentos. Desta maneira e segundo Lerner (2011), os residentes têm maior qualidade de vida e há o incremento da sustentabilidade local sobretudo por essa característica. Segue, através da história da região, a sua imagem boêmia, aplicável tanto a suas ruas quanto aos seus bares e restaurantes. Percebe-se a alta concentração de atividades noturnas e de gastronomia na Cidade Baixa, por isso sugere-se o desenvolvimento de uma análise

quantitativa e descritiva referente: às iniciativas locais (tanto públicas quanto privadas), aos grupos e demais formas de aglomeração por convergência de atuação com vistas ao desenvolvimento econômico criativo; também a construção de um calendário descritivo com dados econômicos sobre os eventos de entretenimento realizados na região e sua periodicidade, bem como dos meios de comunicação sediados no Polo, e demais iniciativas que gerem bens e serviços seja de design, novas mídias ou outros setores criativos. Desta forma, fortalece-se a consolidação da Cidade Baixa como Polo Criativo.

Assim como é visto em Cidades Criativas ao redor do mundo, Porto Alegre valoriza um tipo de arte admirada pela elite urbana – presente no Teatro São Pedro, por exemplo – e marginaliza outros tipos de arte. Enquanto peças com artistas famosos têm ingressos caros e filas para a entrada, peças que fogem do gosto da elite, permanecem sem apreciadores por falta de promoção adequada. Por meio da convergência de atuação, iniciativas como a do Cidade Baixa em Alta permitem que diversas atividades ocorram na região, valorizando diferentes culturas e criatividade. Conforme os entrevistados, a Cidade Baixa é aberta para todos os setores, mas necessita de mais ações, sobretudo ligadas às artes plásticas que inclusive são foco de trabalho de muitos moradores e frequentadores do espaço. Propõe-se, como estratégia de consolidação do Polo, que seja feita uma parceria com o Instituto de Artes da UFRGS já que a arte está fortemente presente em alguns empreendimentos locais e completamente esquecida em outros. Estabelecimentos foram citados neste contexto por apresentarem molduras vazias nas paredes ao invés de uma pintura ou fotografia. Sugere-se que sejam buscados artistas plásticos para pulverizarem a arte na região a fim de valor a diversidade artística.

Devido à proximidade histórica e identitária com a UFRGS, o bar Tutti Giorno e a Redenção, propõe-se a inclusão dos mesmos no território da Cidade Baixa. A maior parte da sua população é de jovens, sobretudo estudantes da UFRGS. Além disso, a proximidade com o campus, atrai as pessoas que ali trabalham ou estudam para frequentarem a Cidade Baixa. O bar Tutti Giorno é conhecido por ser o ponto de encontro entre cartunistas e demais artistas de Porto Alegre. Seu recente deslocamento para as proximidades da Ponte de Pedra fez com que o local passasse a ser parte da rotina de muitos frequentadores da Cidade Baixa. O bairro caracterizado pela boemia recebeu um adendo um pouco fora da sua geografia, mas identitariamente próximo. Para aqueles que residem na Cidade Baixa, a Redenção já faz parte do território, seja para uma caminhada ou para um encontro. Segundo as delimitações geográficas, o Parque pertence ao bairro Farroupilha, servindo de ponte entre Bom Fim e

Cidade Baixa. Historicamente, a boemia de Porto Alegre encontrava-se no Bom Fim até a movimentação de seus moradores pelo fechamento dos bares e cinemas da região. No final dos anos 1980, a boemia atravessou a Redenção e instaurou-se na Cidade Baixa onde permanece até hoje. Por ser um bairro que mistura residências e estabelecimentos comerciais, a Cidade Baixa tem servido de palco para ações dos moradores que posicionam-se “a favor do sossego” e dos frequentadores que temem que essas ações tenham o mesmo resultado que tiveram no Bom Fim. Para isso, instituiu-se o Cidade Baixa em Alta.

O Cidade Baixa em Alta é um forte aliado para o desenvolvimento do território, visto que auxilia na dinamização de bens, na atração da Classe Criativa, no incremento da sociodiversidade e no exercício da tolerância na região por meio das atividades que incentiva como o PicNic no Museu, o Bueiros com Arte, o República do Escambo, entre outros. Todavia, o grupo não recebe investimentos da administração pública e tem dificuldade de relacionamento com alguns residentes e a Associação dos mesmos. Por despertar a desconfiança de alguns moradores – representante da Associação de Moradores, por exemplo – é preciso um alinhamento que una as diferentes instituições que atuam no meio. Da mesma forma, embora reconhecida como grupo atuante nos processos políticos da região, a Associação dos Moradores da Cidade Baixa também foi citada como “fechada” pelos respondentes. Sendo assim, sugere-se que haja uma intervenção da administração pública por meio de reuniões que auxiliem na estruturação e na definição do papel de cada instituição – Cidade Baixa em Alta e Associação dos Moradores a princípio – e no estabelecimento dos objetivos para o desenvolvimento da Economia Criativa na Cidade Baixa. Desta maneira, busca-se melhorar o relacionamento entre as mesmas e sua representatividade frente aos residentes, bem como o aproveitamento de instituições civis para impulsionar o crescimento local, fazendo com este não fique sob a responsabilidade da administração pública, mas da própria sociedade.

O aspecto negativo mais citado pelos entrevistados foi a falta de segurança. Por isso, e como forma de fortalecer o empoderamento das pessoas quanto ao uso do espaço, propõe-se que locais de convivência como a BiblioRed sejam construídos. Tal ação foi tomada por cidades como Bogotá e Medellín que viram suas localidades aumentarem os índices de desenvolvimento humano e igualdade e diminuírem a violência e a insegurança. Alguns moradores sugeriram o aumento do número de espaços gratuitos, porque a maioria dos estabelecimentos foram criados com intuito comercial e não de encontro e troca de ideias. Os respondentes confirmam que se sentem mais seguros nas avenidas principais da região, onde

o movimento é intenso. Nas ruas transversais; entretanto, a insegurança é grande. Por meio de intervenções como a BiblioRed, busca-se promover a tolerância, a segurança e o sentimento identitário com o território. Projeto semelhante já está nos planos da Cidade Baixa por meio da construção da sede da Tribo de Atuadores Ói Nóis Aqui Traveiz. Embora tenha sido aprovado em 2010, até a conclusão deste trabalho (novembro de 2014), as obras ainda não haviam começado. Se a Cidade Baixa for chancelada como Território Criativo pelo Ministério da Cultura, a região passa a receber recursos, acelerando projetos como este e possibilitando o incremento da Economia Criativa na região.

Este trabalho concentrou sua atenção na perspectiva dos moradores, porém os demais atores do local como comerciantes, frequentadores e o poder público precisam ser consultados para uma análise completa da região e, após a implementação do Polo, para o acompanhamento da percepção dos mesmos quanto às alterações do meio. Os residentes entrevistados revelaram pouco conhecimento referente às práticas de sustentabilidade, tendo sido citados apenas os projetos sociais do Areal do Futuro, as práticas de coleta seletiva dos edifícios e os contêineres de lixo orgânico implementados pela prefeitura. Embora seja considerada uma ótima ação, os respondentes acreditam que falta uma disseminação do uso correto do contêiner, já que este tem sido destino de muito lixo seco. Desta maneira, sugere-se um estudo aprofundado sobre práticas responsáveis na região, bem como sobre novas tecnologias utilizadas, sobretudo, entre os comerciantes, não abrangidos neste estudo. Alguns moradores citaram o uso das redes sociais para divulgação de eventos, diálogo e comercialização; contudo, acredita-se que o assunto seja rico para o desenvolvimento de mais pesquisas, visto que os locais criativos caracterizam-se por suas inovações (REIS &URANI, 2011).

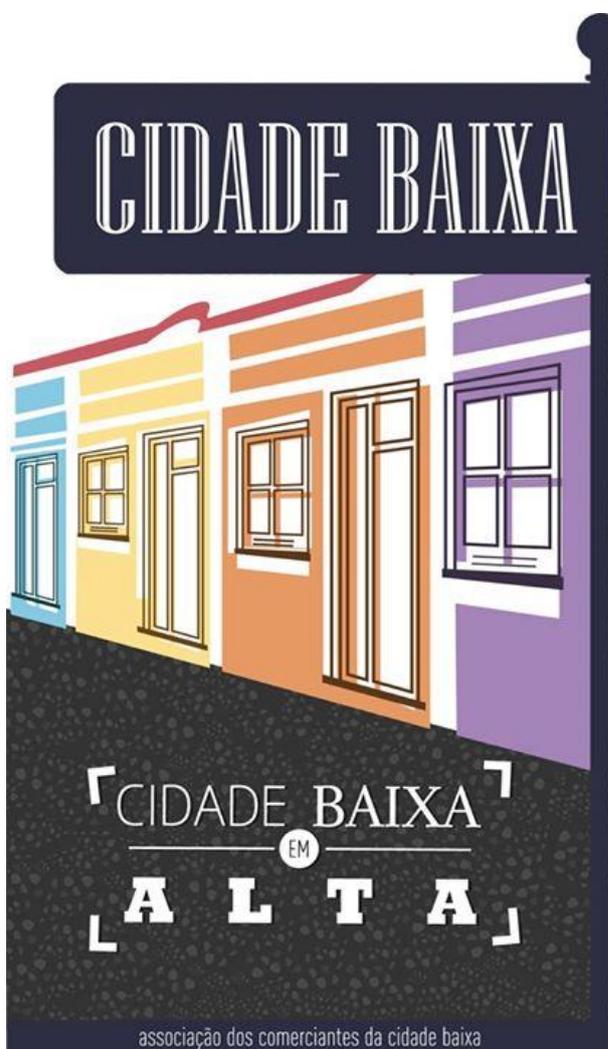
Há uma crescente tendência em se estudar a perspectiva das populações referente a temas diversos. O conhecimento dessas percepções auxilia no descobrimento de ideias, necessidades, expectativas e interpretações da sociedade sobre a realidade em que vivem; possibilitando uma visão de dentro para fora da situação. No caso deste estudo, pôde-se averiguar a perspectiva dos moradores quanto à Cidade Baixa e sua potencialidade criativa, que revelou-se alta e propícia para o desenvolvimento de um Polo Criativo.

ANEXOS

1 ROTEIRO DE ENTREVISTA

IDENTIFICAÇÃO DE POLO CRIATIVO
ROTEIRO ENTREVISTA 1 – RESIDENTES e FREQUENTADORES
Entrevista Nº _____ Data: _____
Nome do Entrevistado:
Residente desde:
Endereço:
E-mail:
Telefones:
QUESTÕES
1. O que tu conheces da história da Cidade Baixa?
2. Como iniciou tua relação com o local?
3. Qual a tua relação com o bairro? (residente, comerciante, integrante de associação...)
4. Que espaços tu frequentas? (dia-a-dia, lazer...)
5. Como tu descreverias o perfil dos moradores do bairro?
6. Quais as características únicas da Cidade Baixa na tua opinião?
7. Quais tu dirias que são os aspectos positivos e negativos da região?
8. Como tu observas as práticas de responsabilidade social e ambiental desenvolvidas e quais seus resultados?
9. Tu percebes alguma atividade crescendo no local?
10. Tu vêes negócios criativos* se desenvolvendo no território?
11. Como tu enxergas a relação entre empreendedores criativos* e moradores/frequentadores? Como se dá a comunicação? Existe cooperação?
12. Tu percebes uma forma de gestão compartilhada na região?
13. Que sugestão tu darias para melhor a Cidade Baixa?

2 MANUAL DE BOA CONVIVÊNCIA



MANUAL DE BOA CONVIVÊNCIA



MÚSICA

A Cidade é Baixa, mas o barulho é alto. Na saída dos estabelecimentos mantenha o volume baixo para não acordar nossos vizinhos.



LIXO

Nossa casa é a sua casa, portanto cuide do bairro e coloque o lixo no lixo.



BANHEIRO

Todos os estabelecimentos do bairro possuem banheiros próprios. Evite o constrangimento de fazer suas necessidades na rua.



CACHORRO

Seu cãozinho é lindo e nós sabemos, mas o cocô dele não é bem querido. Recolha a sujeira do seu cachorrinho e deposite nas áreas destinadas a sua coleta.



QUEM SOMOS?

Somos um grupo formado por comerciantes locais e temos como objetivo trazer de volta ao bairro toda cultura, entretenimento, música e diversão. Somente a Cidade Baixa, com sua cena eclética, pode proporcionar isso para Porto Alegre. Faça parte deste time e seja mais um na luta por uma Cidade Baixa melhor!

REFERÊNCIAS

- BOGDAN, R., & BIKLEN, S. *Qualitative Research for Education: An introduction to Theories and Methods* (4ª ed.). New York: Pearson Education group, 2003.
- BONOW, A. Trajetória do primeiro Centro de Estudos de Lazer no Brasil (1973-1978): Conversando com Andréa Bonow, 2002. (WERNECH, Entrevistador)
- BORÉN, T., & YOUNG, C. Getting Creative with the 'Creative City'? Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy. *International Journal and Regional Research*, 37(5), pp. 1799-1815, 2013.
- BOTELHO, I. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão. In: MINC, *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014* (pp. 87-92). Brasília: Ministério da Cultura, 2011.
- BRADFORD, N. *Creative cities structured policy dialogue backgrounder*. Ottawa: Canadian Policy Research Networks, 2004. Disponível em: <<http://www.cprn.org/doc.cfm?doc=1081&l=en>> Acesso em: 16 de setembro de 2014.
- BRANEA, A., GAMAN, M., & RADOSLAV, R. Rehabilitation through a holistic revitalization strategy of historical city centres – Timisoara, Romania. *Journal of Cultural Heritage 14S*, e1-e6, 2013.
- BUSTAMANTE, E., & ZALLO, R. *Las industrias culturales en Españã*. Madrid: Akal, 1988.
- CARVALHO, A. *Cidade Baixa Interiores Urbanos*. Porto Alegre: UFRGS, 2013.
- COMUNIAN, R. Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy. *Urban Studies*, 48(6), 1157-1179, 2011.
- Conselho Municipal da Cultura. *Plano Municipal de Cultura*. Porto Alegre: Secretaria da Cultura da Prefeitura de Porto Alegre, 2012.
- CORBIN, J., & STRAUSS, A. *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage Publications, Inc., 2008.
- DEHEINZELIN, L. Economia Criativa, Sustentabilidade e Desenvolvimento Local. In: REIS, & DEHEINZELIN, *Cadernos de Economia Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local* (pp. 23-36). Vitória: SEBRAE/ES e Secult, 2008.
- DEHEINZELIN, L. *CONTEXTO GLOBAL ATUAL, ECONOMIA CRIATIVA E COLABORATIVA*. 2013. Disponível em: <http://www.academia.edu/4247860/CONTEXTO_GLOBAL_ATUAL_ECONOMIA_CRIATIVA_E_COLABORATIVA> Acesso em 13 de abril de 2014.
- DEMO, P. *Pesquisa e informação qualitativa: aportes metodológicos*. Campinas: Papirus, 2001.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, & BARROS(Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.
- DUISENBERG, E. Creative economy: is it a feasible development option? In: REIS(editor), *Creative economy as a development strategy: a view of developing countries* (pp. 52-73). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

- FAGUNDES, A., & RODRIGUES, L. *Ilhados na Miséria*. Jornal Tabaré, 2011. Disponível em: <<http://jornaltabare.wordpress.com/2011/12/02/ilhados-na-miseria/>> Acesso em: 14 de agosto de 2014.
- FLORIDA, R. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge, 2005.
- Florida, R., & Gates, G. Technology and Tolerance: The Importance of Diversity to High-Technology Growth. *Center on Urban & Metropolitan Policy*, 2001.
- FORTUNATI, J. Núcleo de Economia Criativa vai fomentar produção cultural. 2012. (FERNANDES, Entrevistador). Disponível em: <http://www1.prefpoa.com.br/portal_pmpa_novo/default.php?p_noticia=157122&NUCLEO+DE+ECONOMIA+CRIATIVA+VAI+FOMENTAR+PRODUCAO+CULTURAL> Acesso em: 15 de junho de 2014.
- GIL, A. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.
- GIL, A. *Como elaborar projetos de pesquisa* (4ª ed.). São Paulo: Atlas, 2002.
- GODOY, A. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35(2), pp. 57-63, 1995.
- GÓMEZ DE LA IGLESIA, R., & MARTÍN MORATO, A. M. Projetos e processos emblemáticos: o caso de Bilbao. In: A. REIS, *Cidades Criativas, Soluções Inventivas* (pp. 202-255). São Paulo: Garimpo de Soluções e Fundarpe, 2010.
- GUIMARÃES, P. R. O Plano. A voz da cultura de Porto Alegre. In: Conselho Municipal de Cultura de Porto Alegre, *Plano Municipal de Cultura de Porto Alegre* (p. 7). Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura de Porto Alegre, 2012.
- GÜNTHER, H. Pesquisa qualitativa vs. pesquisa quantitativa: esta é a questão? *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 22(2), pp. 201-209, 2006.
- HANNESSEY, B., & AMABILE, T. Creativity. *Annual Review of Psychology*(61), pp. 569-598, 2010.
- JACOBS, J. *Morte e vida das grandes cidades*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- JACOBY, R. Temos um plano. In: Conselho Municipal de Cultura de Porto Alegre, *Plano Municipal de Cultura* (p. 6). Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura de Porto Alegre, 2012.
- JAKOB, D. Constructing the creative neighborhood: hopes and limitations of creative policies in Berlin. *City, Culture and Society*, 1, 193-198, 2010.
- JAMES, T. *Porto Alegre Antigo*. 2012. Disponível em: <http://lealevalerosa.blogspot.com.br/2012_07_01_archive.html> Acesso em: 14 de junho de 2014.
- JARDIM, D. *De bar em bar: identidade masculina e segregação entre homens de classes populares*. Porto Alegre: Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFRGS, 1991.
- KRUSE, M. (09 de Setembro de 2013). *Comitê de Economia Criativa será lançado nesta quarta*. Portal da Prefeitura Municipal De Porto Alegre. Portal PMPA, 2013. Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/default.php?p_noticia=164288>

&COMITE+DE+ECONOMIA+CRIATIVA+SERA+LANCADO+NESTA+QUART
A> Acesso em: 15 de Maio de 2014.

LANDRY, C. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan, 2000.

LANDRY, C. Prefácio. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades Criativas - Perspectivas* (pp. 7-15). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

LEITÃO, C. A criatividade e diversidade cultural brasileiras como recurso para um novo desenvolvimento. In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa* (pp. 15-17). Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

LERNER, J. Qualquer cidade pode ser criativa. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades Criativas - Perspectivas* (pp. 38-43). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

LIMA, S. M. *Polos Criativos - Um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros*. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

LÜDKE, M., & ANDRÉ, M. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MALHOTRA, N. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada* (3ª ed.). Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARINHO, H. Cidades criativas, turismo e revitalização urbana. In: REIS, & MARCO(Org.), *Economia da cultura: ideias e vivências* (pp. 251-260). Rio de Janeiro: Publit, 2009.

MARTINS, R. Lisboa, criativa? In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades criativas - perspectivas* (pp. 78-83). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

MINC. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *As metas do Plano Nacional de Cultura* (3ª ed.). Brasília., 2013. Disponível em: <http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2013/12/As-metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura_3%C2%AA-ed_espelhado_3.pdf> Acesso em: 07 de Maio de 2014.

NEW ENGLAND COUNCIL. *The creative economy initiative: the role of the arts and culture in New England's economic competitiveness*. Boston: New England Council, 2000.

PARDO, J. Gestão e Governança nas Cidades Criativas. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades Criativas - Perspectivas* (pp. 84-93). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

PAREJA-EASTAWAY, M. Construyendo la Barcelona creativa: nuevos actores, nuevas estrategias. *Finisterra*, 45(90), 2010.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE/INOVAPOA. *Porto Alegre Criativa*. Disponível em: <http://www.inovapoa.com/default.php?p_secao=59> Acesso em: 16 de Maio de 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. *Comitê de Economia Criativa será lançado nesta quarta*. Prefeitura de Porto Alegre, 2013. Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/porta_pmpa_novo/default.php?p_noticia=164288>

&COMITE+DE+ECONOMIA+CRIATIVA+SERA+LANCADO+NESTA+QUART
A> Acesso em: 15 de Maio de 2014.

PROCEMPA. *História dos bairros de Porto Alegre*. Porto Alegre: PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE, 1998.

PROCEMPA. *Os Quilombos de Porto Alegre*. Porto Alegre, 2008. Disponível em:
<http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/cs/usu_doc/osquilombos3.doc>
Acesso em: 13 de agosto de 2014.

PROCEMPA. Porto Alegre em Análise. *Bairro Cidade Baixa*. Porto Alegre, RS, Brasil. 2010. Disponível em
<<http://portoalegreemanalise.procempa.com.br/?regioes=24,0,0>> Acesso em 13 de junho de 2014.

PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO. *Sistema Integrado de Referências Legislativas - SIREL*. Porto Alegre: Prefeitura de Porto Alegre, 2013.

REFOSCO, C. *O incêndio que originou a Cidade Baixa - 240 anos de Porto Alegre*. Centauro Alado, 2012. Disponível em:
<<http://centauroalado.blogspot.com.br/2012/03/o-incendio-que-originou-cidade-baixa.html>> Acesso em 27 de março de 2014.

REIS, A. Cidades Criativas, Turismo Cultural e Regeneração Urbana. In: REIS, & MARCO(Org.), *Economia da Cultura: ideias e vivências* (pp. 235-250). Rio de Janeiro: Publit. Fonte: associação brasileira de gestão cultural, 2009.

REIS, A. *Cidades Criativas*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011a.

REIS, A. Introdução. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades Criativas - Perspectivas* (pp. 24-29). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011b.

REIS, A. Introdução. In: REIS, *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento* (pp. 14-49). São Paulo: taú Cultural, 2008.

REIS, A. Economia da cultura: Entrevista com Ana Carla Fonseca Reis. 2012. (DEC, Entrevistador).

REIS, A., & URANI, A. Cidades Criativas - Perspectivas Brasileiras. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades criativas - perspectivas* (pp. 30-37). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

RENNER, M. *Porto Alegre aprova Lei de Inovação*. Baguete, 2013. Disponível em:
<<http://www.baguete.com.br/noticias/19/09/2013/porto-alegre-aprova-lei-de-inovacao>> Acesso em: 16 de Maio de 2014.

Reportagem sobre a criação do Comitê Municipal de Economia Criativa. Prefeitura de Porto Alegre, 2013. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=ern85YjwP24>> Acesso em: 30 de Março de 2014.

SANHUDO, A. *Porto Alegre: crônicas da minha cidade* (Vol. 2). Porto Alegre: Movimento, 1975.

SANTOS, M. *Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal*. São Paulo: Record, 2000.

- SANTOS, M. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- SANTOS, M. Sociedade e Espaço: a formação social como teoria e como método. In: M. SANTOS, *Da totalidade ao lugar* (pp. 21-51). São Paulo: Edusp, 2005.
- SANTOS, S., SILVA, M., & GEHLEN, I. *Diversidade e proteção social: estudos quanti-qualitativos das populações de Porto Alegre: afro-brasileiros; crianças, adolescentes e adultos em situação de rua; coletivos indígenas; remanescentes de quilombos*. Porto Alegre: Century, 2008.
- Secretaria da Economia Criativa*. Ministério da Cultura. Disponível em: <www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec> Acesso em: 04 de maio de 2014.
- SELLTIZ, C., WRIGHTSMAN, L., & COOK, S. *Métodos de pesquisa em relações sociais*. São Paulo: EPU, 1987.
- STRAUSS, A., & CORBIN, J. *Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada*. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- STRICKLAND, B. Cidade Criativa. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades Criativas - perspectivas* (pp. 50-53). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.
- TERRA, E. *As ruas de Porto Alegre*. Porto Alegre: AGE, 2001.
- TRIVIÑOS, A. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas, 1990.
- UNCTAD. *Relatório da Economia Criativa*. 2010. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>> Acesso em: 11 de Março de 2014.
- UNCTAD. *Creative Economy Report 2013*. UNESCO, 2013a. Disponível em: <<http://www.creativeeconomyreport2013.com>> Acesso em: 02 de Abril de 2014.
- UNCTAD. *Global Database on the Creative Economy*. UNESCO, 2013b. Disponível em: <<http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx>> Acesso em: 03 de Abril de 2014.
- UNESCO. *The Hangzhou Declaration*. 2013. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002212/221238m.pdf>> Acesso em: 02 de Abril de 2014.
- VEIGA, J. E. *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. (3ª ed.). Rio de Janeiro: Garamond, 2008.
- VERHAGEN, E. Qualidade Líquida da Cidade. In: REIS, & KAGEYAMA(Org.), *Cidades Criativas - Perspectivas* (pp. 106-115). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.
- YDE, N. De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea. *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Athenea Digital – 12(1)*, pp. 169-190, 2012.