ReGeo ISSN: 2177-3246

REPERCUSSÕES DO SETOR CRIATIVO NA DINÂMICA URBANA EM PORTO ALEGRE/RS

THE IMPACT OF THE CREATIVE SECTOR ON URBAN DYNAMICS IN PORTO ALEGRE, RIO GRANDE DO SUL

REPERCUSIONES DEL SECTOR CREATIVO EN LA DINÁMICA URBANA DE PORTO ALEGRE (RS)

https://doi.org/10.56238/revgeov17n9-045

Data de submissão: 24/07/2026 **Data de publicação:** 08/09/2026

Fabiane Frois B Weiler
Pesquisadora. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento
Instituição: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
E-mail: fabianeweiler@gmail.com
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-8541-746X

Clarissa Stefani Teixeira
Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento
Instituição: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
E-mail: clastefani@gmail.com
Orcid: https://orcid.org/0000-0003-1362-1255

Silvio Cesar Arend
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Instituição: Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)
E-mail: silvio@unisc.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-7685-3710.

Grazielle Betina Brandt
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Instituição: Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)
E-mail: grazielle@unisc.br
Orcid: https://orcid.org/000-0001-8162-578X

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de identificar as repercussões no território urbano a partir das visões, ações e iniciativas entre os agentes que constituem distintas territorialidades da economia criativa no espaço urbano de Porto Alegre/RS. Com enfoque na pesquisa qualitativa, empregou-se a pesquisa bibliográfica e coletaram-se dados por meio de entrevista semiestruturada, as quais, viabilizaram a identificação de ações e iniciativas alinhadas com o território urbano sob as bases locais, atenta aos recursos disponíveis e circunstâncias sociais, em respeito, às particularidades e especificidades territoriais amalgamado pelo interesse coletivo.

Palavras-chave: Economia Criativa. Governança Urbana. Território Urbano. Cidades Globais.

ABSTRACT
This article aims to identify the repercussions on the urban territory based on the visions, actions, and initiatives between the agents that constitute different territorialities of the creative economy in the urban space of Porto Alegre/RS. With a focus on qualitative research, bibliographical research was used and data was collected through semi-structured interviews, which made it possible to identify actions and initiatives aligned with the urban territory on a local basis, paying attention to available resources and social circumstances, with respect for territorial particularities and specificities amalgamated by collective interest.

Keywords: Economy Creative. Urban Governance. Urban Territory. Global City.

RESUMEN
Este artículo tiene como objetivo identificar las repercusiones en el território urbano a partir de las visiones, acciones e iniciativas entre los agentes que constituyen diferentes territorialidades de la economía creativa en el espacio urbano de Porto Alegre/RS. Con enfoque de investigación cualitativa, se utilizó investigación bibliográfica y la recolección de datos a través de entrevistas semiestructuradas, permitiendo así identificar acciones e iniciativas alineadas con el territorio urbano bajo bases locales, atendiendo a los recursos disponibles y a las circunstancias sociales, en el respeto a particularidades y especificidades territoriales amalgamadas por el interés colectivo.

Palabras clave: Economía Creativa. Gobernanza Urbana. Territorio Urbano. Ciudades Globales.

1 INTRODUÇÃO

Os territórios urbanos ganham força através de suas funções econômicas caracterizadas pela dinâmica produtiva, que a lógica do processo de acumulação capitalista, estabelece como necessárias para a construção de novos agenciamentos e estratégias que determinam a (re) estruturação nas dinâmicas políticas, urbanas, sociais e econômicas (Harvey, 2001; Robinson & Attuyer, 2020).

A criatividade, cultura e inovação apresentam-se como elementos que configuram o lugar e tornam-se diretrizes, inclusive, no planejamento urbano orientadas em atrair investimentos vinculados a economia da inovação (Arantes, 2002; Harvey, 2005; Çağlar & Schiller, 2018; Kaldor & Sassen, 2020).

A experiência global, no âmbito territorial, vinculada a cultura sugerem que, a vida urbana apresenta-se como encadeamento de forças mobilizadoras complexas de diversos agentes sociais, em que, o princípio da coalizão, pode ser analisado, consoante as escalas espaciais (bairro, comunidade local e região) com o protagonismo socioeconômico de setores produtivos e das relações das pessoas com o ambiente urbano. Esta é uma analogia que impulsionou a percepção da economia criativa no âmbito do desenvolvimento urbano, pois se tornou um propulsor local de dinâmicas econômicas e sociais e consolidou um consenso na agenda de políticas públicas (Robinson & Attuyer, 2020).

No Brasil, a partir de 2012, a agenda de política para a economia criativa se intensificou com a criação da Secretaria de Economia Criativa[1] na Gestão Lula/Dilma. Em paralelo, iniciativas e ações em Porto Alegre/RS também se ampliaram a partir da Gestão de Fortunatti. Com alinhamentos relacionados ao tema, como a criação de um Comitê Municipal de Economia Criativa, em 2013, que promoveu articulações locais de diferentes agenciamentos, como os ambientes de inovação das instituições de ensino superior, empreendedores do setor criativo e entidades de classe da cultura e inovação com o propósito de ampliar a força local dos diversos segmentos inseridos na economia criativa do município.

Esta rede colaborativa consagrada pelo INOVAPOA[2] se comprometeu com a promoção de um ecossistema de criatividade, empreendedorismo e inovação com a produção de mapeamentos, pesquisas, pactos entre os agentes envolvidos. Este encadeamento de agentes tem construído um conjunto de percursos com ações e iniciativas locais com o propósito de promover o desenvolvimento

[1] A Secretaria de Economia Criativa estava vinculada ao Ministério da Cultura e foi extinta na Gestão de Dilma Rousseff.
[2] O Inovapoa foi constituído no Governo Fogaça com objetivo de representar um conselho para a promoção de projetos para o avanço na área tecnológica. Nos governos posteriores, Fortunatti e Marchezan, representam a atuação de conselho composto de entes da sociedade civil, comunidade científica e de pesquisa e governo.

de Porto Alegre/RS, que adapta suas dinâmicas sob distintas óticas, entre as quais, a da economia criativa.

Logo, o objetivo deste artigo é identificar as repercussões no território urbano a partir das visões, ações e iniciativas entre os agentes que constituem distintas territorialidades da economia criativa no espaço urbano de Porto Alegre/RS.

Este trabalho possui esta introdução e se organiza com a seção 2 que apresenta a abordagem metodológica, a seção 3, a abordagem teórica, a seção 4, discussão e resultados e por fim, na seção 5, a conclusão e referências bibliográficas.

2 ABORDAGEM METODOLÓGICA

O objetivo da pesquisa é identificar as repercussões no território urbano a partir das visões, ações e iniciativas entre os agentes que constituem distintas territorialidades da economia criativa no espaço urbano de Porto Alegre/RS, assim, inserida numa realidade construída no espaço urbano da cidade.

Magnani (2002) explica que a cidade é centrada em partes ou fragmentos considerando um olhar de "perto e de dentro". Há diferentes maneiras pelas quais os agentes usam e se apropriam de cada modalidade espacial. Ou seja, há uma configuração dos agentes a partir de suas institucionalidades e interações que caracterizam as dinâmicas sociais, econômicas, políticas e culturais. A partir desta percepção, esta investigação é uma pesquisa qualitativa com vistas a compreender o fenômeno com base nas descrições, comparações e interpretações.

Emprega-se uma abordagem teórica com o objetivo de entender por meio da revisão bibliográfica a relação entre economia criativa, governança e desenvolvimento urbano. A coleta de dados da pesquisa, estruturou-se no emprego de técnicas de pesquisa, bibliográfica com coleta de artigos científicos nas principais bases de dados e documental para coleta de dados acerca das iniciativas no âmbito da gestão pública entre 2016-2019.

Outro aspecto fundamental, relaciona-se a circunscrição do espaço através de um percurso entre os agentes sociais, que nesta pesquisa são: empreendedores vinculados a economia criativa de Porto Alegre/RS, representantes do Governo Federal na Gestão Temer e da Gestão Municipal (2017-2020) e instituições de ensino através de representantes de seus ambientes de inovação inseridos no Comitê de Economia Criativa. Na sequência, a partir deste recorte aplicou-se entrevista semiestruturada para identificar ações e iniciativas do setor criativo em Porto Alegre/RS.

3 ABORDAGEM TEÓRICA

Nesta seção apresentam-se as perspectivas teóricas acerca de economia criativa, desenvolvimento urbano e governança urbana.

3.1 GLOBALMENTE CONECTADA E LOCALMENTE INSPIRADA

Em alguns países a política cultural tem se inserido nas ações de governos locais através da articulação de uma agenda de iniciativas para o promover o desenvolvimento urbano que se refletem com o objetivo de criar ou fortalecer regiões ou cidades como territórios de criatividade e inovação (Flew & Cuninhgam, 2020).

A categoria econômica difundida pelo modelo britânico 'creative industries' representa um conjunto de segmentos do campo da cultura e das tecnologias da comunicação.

A consolidação destes segmentos instiga novas readequações do conceito de cultura e do reconhecimento da economia criativa em suas diversas interfaces no âmbito do desenvolvimento (MONDIACULT, 2022).

Identificam-se processos que ampliam a visibilidade da política cultural através de formuladores de políticas que inserem a cultura como fonte de valor econômico numa agenda política de gestão urbana, especialmente, reconhecida na Agenda Urbana (ONU/HABITAT, 2016).

Inclusive, Throsby (2001) explica que, a cultura tem funções não excludentes entre si como: a) equipamentos culturais podem simbolizar a cidade e por isso, produzem repercussão na economia urbana; 2) um recorte local do território pode atuar como distrito cultural ou criativo; 3) a cultura pode ter um papel mediante a identidade comunitária por meio de características culturais e; 4) práticas que definem a cidade e seus habitantes.

A cultura e a economia criativa devem orientar-se pela identidade local, como Santos (2006) explica, cada lugar é à sua maneira, o mundo. Mas, quando representam a glocalidade, ressignificam os espaços urbanos a partir das categorias econômicas emergentes observando a adaptação do lugar aos padrões globais de concorrência em diferentes escalas e cadeias produtivas de bens e serviços. Nesta ótica, há uma dualidade, em que a realidade do lugar não é suficiente para uma explicação localista, dado que, o mundo se encontra em toda parte.

A configuração das dinâmicas de diversos segmentos aliada as ações e iniciativas dos agentes e suas territorialidades delineiam trajetórias e percursos que caracterizam a densidade e complexidade das relações estabelecidas nas redes locais e globais.

O ambiente urbano através de seus distintos recortes pode apresentar evidências de adaptação ou criação de forças endógenas e exógenas que determinam a intensidade do que é localmente inspirado e globalmente conectado.

A cidade-empreendimento replicado na América Latina como modelo de cidade empresa é uma evidência na esfera do planejamento da relação local-global na ótica da dinâmica urbana, em que a cultura é um elemento nas configurações de política urbana. Um dos principais exemplos de êxito deste modelo tem sido representado por Barcelona (Landry & Bianchini, 1995; Arantes, 2002; Harvey, 2005; Landry, 2008).

Entre os recortes territoriais da cidade, foi determinante a concentração de empresas vinculadas à 'creative industries' e de base tecnológica para a viabilização do @22Barcelona.

Um distrito urbano, que ampliaria a competitividade da cidade através de um projeto estratégico de atrair para o Distrito de Poblenou (áreas de renovação) quatro segmentos para a constituição de um cluster criativo: mídias, informação, tecnologia da comunicação e de energia (Eastaway & Piqué, 2011).

Um outro case é apresentado por Pratt (2008) no Soho, em Londres, com a co-localização das instalações de pós-produção para filmes e televisão. As empresas localizam-se nessa região para beneficiarem-se da troca rápida de bens e ideias certas. Com o objetivo de permanecerem num circuito de troca de conhecimento informal alimentada por uma densa rede de múltiplas interações.

Para Harvey (2005) o poder efetivo de reorganização da vida urbana centraliza-se numa coalizão de forças mais ampla, na qual, o Governo e a administração urbana desempenham apenas um papel de agilizar e coordenar. O poder de organizar o espaço advém de todo um complexo de forças mobilizadoras por diversos agentes sociais.

Neste aspecto, a economia criativa tornou-se um amálgama entre as distintas territorialidades no espaço urbano. Pois, a cultura e a criatividade são fontes de valor, por isso, também alternativas para a inovação através dos recursos disponíveis e das especificidades do território que viabilizam o fortalecimento local e inserem as cidades numa rede conectada pelas lógicas de produção (Landry & Bianchini, 1995; Landry, 2000; Scott, 2006; Pratt, 2008; Chapain & Comunian, 2009).

3.2 "AS CIDADES FAZEM-SE POR DENTRO"

A conetividade global exige um fortalecimento local, por isso, entender como 'as cidades fazem-se por dentro', categoria de análise proposta por Magnani (2014, 2016) também empregada por Cordeiro (2010), quando se reportam a explicar a compreender as particularidades da cidade, reforçam a importância da trajetória para compreender quem são os agentes e redes estabelecidas.

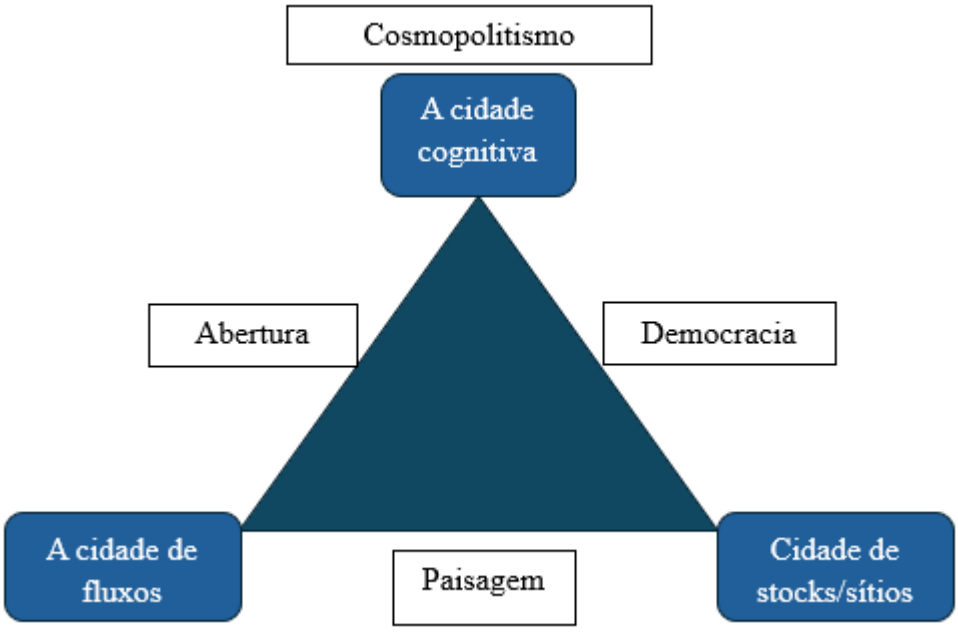
No espaço urbano, se apresentam os limites e fronteiras físicas, de comunidades e pessoas, que interagem e identificam redes e lugares de sociabilidade. Cada cidade vai concebendo sua forma urbana, por invenção ou fragmentação, por resistência ou emergência, materializam-se e institucionalizam-se e configuram sua totalidade (Cordeiro, 2010).

Nessa morfologia urbana, incorpora-se uma governabilidade de múltiplos agentes de diferentes origens, quais sejam, agentes que intervém nas políticas com contornos setoriais, que podem gerar repercussões que possibilitam avanço local, explica Ferrão (2003) e Cordeiro (2010) ou como escreve Marques e Alves (2013, p. 141) "A capacidade de governança urbana pode influenciar e direcionar as estratégias de implementação das políticas.

A Figura 1 representa o triângulo de entendimento da cidade, que Ferrão (2003) emprega para apresentar três elementos básicos para compreendê-la, quais sejam, a cidade de stocks (sítios) como aquela que representa o corpo da aglomeração urbana, que dá forma e visibilidade por meio de parques, incubadoras, empreendimentos. A cidade dos fluxos, que concede vida a aglomeração por meio das redes sociais, redes de mobilidade e ecossistemas naturais, aqui inserem-se os empreendedores do setor criativo.

A alma da cidade é o seu espírito cosmopolita refletido no aspecto cognitivo de pensar e sentir consolidada pelas formas culturais, sociais e política que fortalecem a inteligência coletiva.

Figura 1. Triângulo do entendimento da cidade



Fonte: (Ferrão, 2003, p. 4)

A paisagem corresponde a junção dos sítios e das redes, a materialização da democracia via fusão do espaço com o espírito social. A abertura corresponde o potencial de criatividade e inovação que cada aglomeração urbana possui. Os valores democráticos e suas práticas (representativa, participativa e deliberativa) encontram na articulação entre a cidade dos sítios e a cidade cosmopolita os palcos e os contextos favoráveis ao desenvolvimento (Ferrão, 2003).

A conjugação da cidade das redes e da cidade cosmopolita permite avaliar acessibilidade, mobilidade e conectividade. Se apresentam como condição para compartilhar informação e conhecimento, e, capacitar pessoas e organizações (Ferrão, 2003; Kaldor & Sassen, 2008; Marques & Alves, 2013).

Esses elementos se refletem no espaço urbano de convergência e divergência com diversos agentes, entendimentos e visões. Para tal, imprimir inteligência e sustentabilidade ocorre por via da governança, como um nó central de qualquer visão estratégica sobre a cidade (Kaldor & Sassen, 2008).

A governança urbana tem escopo conceitual originada na escola de economia institucional e regulação, bem como seu aprofundamento nos trabalhos de pensadores como Lindblom (1977) acerca de interligações entre Estado e mercado. Seixas (2007, p. 46) define a governança "(...) como consequência da fragmentação do poder com ênfase na gestão de capacidades estratégicas dos diferentes agentes, diversidade dos processos e legitimação de negociações".

O conceito de governança coloca-se no centro de diversas atenções oriundas do papel do Estado, da participação dos atores sociais na composição e na responsabilização das políticas e práticas discricionárias e fragmentadas. Consequentemente, o reposicionamento do papel das cidades no âmago da política e da economia global, por isso, a consagração da discussão do tema da governança urbana (Ferrão, 2003; Seixas, 2007, p. 46).

Diante do interesse retórico em torno da criatividade no desenvolvimento das cidades e regiões atribui-se um peso das atividades culturais e criativas para promoção econômica ou variantes da atração de uma 'classe criativa', que se apresenta como: a necessidade de criatividade nos instrumentos para o desenvolvimento urbano associados aos novos contextos socioeconômicos e culturais, foco nas atividades e setores criativos como base estrutural do próprio desenvolvimento urbano (Landry, 2008; Potts et al. 2008, Pratt, 2008). Como tal, devem ser priorizados politicamente, em defesa da necessidade de atrair e sustentar atividades e competências criativas baseadas no conhecimento e inovação.

Seixas e Costa (2010) propuseram identificar formas e canais de governança que poderiam proporcionar estratégias de coesão e desenvolvimento urbano assentes na criatividade e vice-versa. Estes autores refletem a importância de identificar, onde e sob que forma, se percepciona a criatividade

urbana, quais são as melhores condições para o desenvolvimento da criatividade nas cidades e que tipo de intervenção pública poderá potencializar a criatividade. A partir disso, se identificam os tipos de espaços e processos de criatividade urbana como bairros com elevado capital simbólico, componente cultural, turismo e boêmia e a existência de espaços emergentes.

Instituições culturais e de sistema de conhecimento representam agentes que aliam uma intensa capacidade institucional para implementar nas estruturas urbanas múltiplos projetos sociais ou culturais de atuação local, em sua maioria de responsabilidade comunitária ou associativa.

Seixas e Costa (2010) identificaram que há uma diversidade de dinâmicas urbanas com diferentes tipos de atividades e produção de bens do setor criativo e cultural que viabilizam o estímulo a convivência que alteram as configurações do espaço urbano por meio de inserção de redes e confiança social baseadas na atualidade do conhecimento e a necessidade/exigência de elevados padrões de interação social. Ou seja, há uma conformidade, de que se trata de um contexto contemporâneo, em que estabelecem novas influências no pensamento da cidade, o que implica renovação de parâmetros e paradigmas acerca do urbano.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Nesta seção, apresentam-se os resultados obtidos através do percurso entre os agentes inseridos no recorte desta pesquisa.

Os resultados são discutidos com base na abordagem teórica exposta na seção anterior inseridos nesta investigação em duas categorias: globalmente conectada, localmente inspirada e as cidades fazem-se por dentro.

A entrevista semiestruturada foi aplicada para diferentes agentes inseridos numa agenda de ações e iniciativa no campo da economia criativa como, empreendedores do município de Porto Alegre, representantes de Instituições de Ensino Superior, representantes do Governo, na esfera Federal e Municipal, no período específico, entre 2018-2019.

O quadro 1 apresenta as visões de agentes na esfera da União e do município de Porto Alegre.

Quadro 1 – Visões do setor criativo dos agentes do Governo Federal e do município de Porto Alegre/RS

Governo – Gestão Lula/Dilma Representante da extinta Secretaria de Economia Criativa	- Ações vinculadas ao projeto de Gestão do Governo Federal com a criação de uma Secretaria da Economia Criativa. - O setor criativo é uma categoria econômica de disputa, pois a economia capitalista se apropria do estético e artístico para conceber valor econômico. Em paralelo, há um conjunto de atividades e bens produzidos de forma precária e desigual. Logo, é necessário um projeto de longo prazo e multidimensional. - A extinção da Secretaria da Economia criativa aponta a vulnerabilidade política diante da rede de interesse em torno da economia criativa; - O termo economia criativo é abrangente e por isso a necessidade de ser um constructo local para o fortalecimento dos segmentos do setor criativo.
Governo Temer – Representante do Ministério da Cultura	- Necessidade de fortalecer o setor numa perspectiva local dando continuidade ao legado do Plano de Secretaria de Economia Criativa, que deixou um conjunto de diagnósticos e planos de ação previstos no Ministério da Cultura. - O conceito é global e contribuiu para ampliar a percepção e as necessidades de alguns segmentos da economia criativa (segmento de jogos). - Delinear o papel do Estado na ótica de proteção econômica a segmentos nacionais em relação a grandes players no âmbito da concorrência.
Governo Municipal de Porto Alegre (2017-2020)	- Compreende que a visão é global-local, pois há um movimento global econômico que cidades buscam se alinhar. - Atribui a importância de ancorar a política local a cases bem-sucedidos globalmente. - A administração pública de municípios brasileiros restringe agendas estratégicas de políticas no campo da inovação que aprofunde a dinâmica econômica para a economia criativa local. - O projeto de Governo é tornar a cidade atrativa para investimentos, por isso, prioriza temas essenciais como segurança pública, mobilidade, sistemas de atendimento e licenciamento e inovação.

Fonte: Elaboração com base em dados coletados nas entrevistas.

Os dados coletados na entrevista permitem identificar a percepção política na força do termo 'creative industries', pois os entrevistados referem que há uma ótica hegemônica revelada no processo de adaptação do trabalho intelectual nos processos convencionais, que competem pela necessidade de explorar vantagens comparativas entre os mercados globais (Florida, 2002; Scott, 2005; Landry, 2008; Bolaño, 2011; Faludi, 2019).

Esta configuração estabelecida entre polaridades competitivas das categorias econômicas requer um modelo de desenvolvimento que dialoga com distintas interfaces.

Entre as bases de formatação do Plano de Secretaria de Economia Criativa[3], destaca-se a visão de desenvolvimento pensada por Furtado (2008).

Uma abordagem que provocasse a necessidade de romper com a dependência cultural oriunda do caráter imitativo do desenvolvimento, com a incorporação do progresso técnico via consumo, sem modificar os processos produtivos internos visando satisfazer as necessidades das grandes massas da população nacional.

Logo, os dados apresentados na Gestão Lula da Silva, quando da institucionalidade de uma Secretaria para uma agenda autêntica da economia criativa brasileira, apresentam uma proposição pautada no local-global, no qual o enfoque seria direcionado para as particularidades do setor criativo e cultural brasileiro.

O conjunto dos elementos que provocaram a ruptura da Secretaria de Economia Criativa, em específico para a cultura no Brasil, reforçam que, enquanto o setor e seus respectivos segmentos não apresentarem uma matriz de projeto político, haverá uma continuidade de dependência cultural. Pois, não se apresentam articulações que fortaleçam as especificidades locais e consolidem repercussões favoráveis ao âmbito regional da economia criativa, conforme as respostas dos entrevistados.

O percurso pelo desenvolvimento recorre a processos de iniciativa, criatividade, inventividade possibilitadas pelo aumento de capacidade de ação. O representante do Governo na esfera do município refere que, as limitações orçamentárias são compensadas com o esforço intelectual e político de transformação social, que se aliam a formas sociais mobilizadoras e acionadoras da criatividade e diversidade cultural, as quais viabilizam condições para o processo de desenvolvimento no espaço urbano de Porto Alegre.

As relações estabelecidas no território através dos ambientes de inovação e criatividade enfatizam a repercussão no espaço urbano da dinâmica de suas atividades e

podem contribuir para o avanço estrutural. Desde que representem circuitos locais de criação e não somente de continuidade de produção e consumo de redes hegemônicas do capital financeiro ou tecnológico, conforme análise de Pratt (2008) quando identifica diferenças entre os circuitos produtivos da “creative industries”.

No percurso estabelecido nesta pesquisa, os representantes dos ambientes de inovação das instituições de ensino entrevistados, apontam as principais iniciativas e ações no âmbito territorial urbano.

Dentre as repercussões, identificam que: fluxos migratórios pendulares, incentivo a empregabilidade, empreendedorismo de base tecnológica e o avanço estrutural produtivo representam

[3] Plano da Secretaria de Economia Criativa – 2011-2013

as principais ações e iniciativas que impulsionam a dinâmica urbana do município de Porto Alegre/RS através dos ambientes de inovação.

Os entrevistados também destacam que as interações com a comunidade da economia criativa incentivadas através de projetos e pesquisas, Festivais e engajamento em redes locais de apoio ao setor criativo e cultural fortalecem as trocas e promovem conexões. Mas, reforçam a necessidade de ampliar e intensificar as interações com vistas a fortalecer a identidade territorial com os respectivos ambientes de inovação das IES inseridas na pesquisa.

A percepção dos empreendedores do setor criativo entrevistados explicam que a produção no campo do setor criativo não é somente local, pois o consumo é global. Tal percepção combina com a interpretação de Pratt (2008), que reforça a importância do setor criativo se concentrar nas trocas, pois este é um elemento fundamental para justificar a proximidade oriunda das necessidades econômicas, interações sociais, culturais e buzz local.

Especificamente, o autor ressalta que, este é um aspecto que expõe a dualidade entre as empresas multinacionais e microempresas no âmbito global.

No período de análise, os entrevistados explicaram que, havia facilidades específicas, entre a proximidade de empreendimento do setor criativo e os ambientes de inovação das IES.

No campo da gestão municipal de Porto Alegre não havia elementos incorporados no Plano Diretor vinculados a dinâmica econômica do setor criativo. Mas, neste período identifica-se a instauração de um movimento denominado Pacto Alegre, em paralelo, às discussões do Comitê de Economia Criativa em vigor no período investigado.

Quadro 2 – Percepção dos empreendedores do setor criativo no território urbano de Porto Alegre/RS.

Percepção dos empreendedores do setor criativo no território urbano de Porto Alegre/RS
Transformação local
Interações promovem a produção de conhecimento entre os empreendedores.
(Re) funcionalização de lugares vinculados a disseminação da cultura no território urbano.
Múltipla atuação e diversidade de ações para estimular a criatividade urbana com repercussão econômica e social.
Criação de coletivo vinculado aos empreendedores da economia criativa e afins (POA INQUIETA)
Produção de eventos de conexão local para geração de redes de economia, projetos e ideias de inovação urbana.
Externalidades geradas, cooperação, troca (aprendizados técnicos). Exemplo: Coprodução de longametragem.
O setor criativo e cultural pode contribuir para o valor cultural e promover identidade e pertencimento para a cidade.

Fonte: Elaboração dos autores.

O Quadro 2 identifica algumas particularidades, possível de caracterizar um sistema de conhecimento com estruturas que instrumentalizam os empreendedores por meio dos ambientes de

inovação, empreendedores com amplas dimensões de horizontalidades, ou seja, agentes inseridos no processo de transformação local e iniciativas do setor público que promoveram políticas e incentivaram iniciativas. Estes aspectos permitem reconhecer que o setor criativo atua com a visão de ser localmente inspirado, pois são sujeitos da superação das desigualdades sociais e econômicas das condições de vida do território urbano (Scott, 2005; Geenhuizen & Nijkamp, 2012).

Seixas e Costa (2010) referem que há múltiplas reflexões perante atores do espaço e processos conectáveis com formas distintas e sustentáveis de criatividade na cidade. Esta pode ser baseada nos atores urbanos e uma fundada nos seus espaços e tempos. Para os representantes dos ambientes de inovação das IES, as respostas estão atreladas numa perspectiva de metacidade/informacional, pois entende-se como campo da ciência e tecnologia, como motores para a sinergia da criatividade urbana.

Para os empreendedores de base cultural e tecnológica, conforme dados do Quadro 2, suas percepções variam entre, a cidade compacta, a qual se caracteriza como de detenção de condições para uma vivência quotidiana em espaços de proximidade e mobilidade, em que se viabiliza convivência social e catalisam-se trocas e oportunidades. Também, a cidade intercultural, a qual invoca ambientes de diversidade que propiciam a exponenciação da criatividade pelo confronto com diferenças, inclusive, econômicas e sociais.

Os representantes dos governos na esfera federal e municipal, Quadro 1, explicam que os estímulos ao setor criativo no espaço urbano estão vinculados aos objetivos de governo. As respostas estão descritas nos seguintes aspectos: delinear o território criativo e a economia criativa através de um projeto político como o estabelecido com a criação da extinta pasta da Secretaria de Economia Criativa; - território criativo é equivalente a inclusão produtiva, protagonismo cultural; sustentabilidade; - valorização territorial de produção de base comunitária. Estes aspectos se associam a visão de cidade compacta e cidade intercultural.

A partir das circunstâncias e abordagens de atuação dos atores sociais, que se constrói o metabolismo da criatividade urbana, que Seixas e Costa (2010, p. 34) denominam de uma "composição de diferentes atores de espaços e de processos conectáveis com formas distintas e sustentáveis de criatividade na cidade".

A relação dos empreendedores com o território urbano também está associada a matriz de Amin e Roberts (2008) na abordagem de noção de conhecimento localizado. Estes autores explicam que, a interação promove novos aprendizados conferindo relevância a inserção numa rede social, que inspira processos exploratórios e inovação e está vinculada a grupos formadores de projetos.

Logo, o conhecimento especializado gera aprendizado via proximidade e estabelece confiança institucional pautada no conhecimento. Este aspecto, caracteriza-se quando a comunidade local, se

integra aos grupos organizados coletivamente e consome a cultura no território urbano. Ou seja, quando há um ambiente que represente a paisagem como espaço de requalificação, em que as redes e fluxos se apresentam via quotidiano social e proximidade. A diversidade está presente na configuração cosmopolita do espaço urbano, com ênfase para o papel do setor criativo na caracterização de uma cidade compacta e intercultural.

Afirma-se uma cultura de maior inter-relacionamento coletivo e do estabelecimento de redes com profundo comprometimento perante os desafios, os quais tem sido situado no âmbito das dimensões como, a governança urbana, pautadas nas dimensões dos processos e, muito especialmente, nas suas formas de estruturação e de gestão das dinâmicas e das relações entre os atores e suas perspectivas (Seixas, 2007; Wolf, 2014).

5 CONCLUSÃO

A necessidade de conceber uma centralidade aos lugares no contexto das cidades globais através de atributos sociotécnicos refletem-se na materialidade de articulações locais incentivadas por dinâmicas territoriais simbolizadas nas estruturas de organização produtiva nas distintas categorias dos setores econômicos.

Esta investigação observa que as trocas, visões e interações entre os agentes conjugam-se na ótica da governança urbana. Compreende-se uma polaridade de atuação entre os agentes, que ocupam diferentes territorialidades. O papel da governança urbana têm sido estabelecer canais de comunicação entre os diferentes agentes que compõem o território urbano com vistas a fortalecer as bases locais para promover conexões e trocas para incentivo das bases produtivas e reciprocidades locais.

Em Porto Alegre, observa-se que as ações e iniciativas alinham-se com critérios de ressignificação da função econômica e estrutural do município com a geopolítica das cidades globais. Aspecto também enfatizado pelo sistema de conhecimento local através da constituição do Pacto Alegre, que evidencia a importância da configuração do consumo do lugar centrada nos elementos da cultura e da inovação.

Portanto, a ampliação da inteligência coletiva pode ser ampliada com os vetores e canais de governança adequados e tornam-se prioritários para uma agenda de estratégias no campo do desenvolvimento urbano.

REFERÊNCIAS

Amin, A., & Roberts, J. (2008). Knowing in action: Beyond communities of practice. Research Policy, 37: 353–369.

Arantes, O. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gerações urbanas. In: Org. Arantes, O., Maricato, E., Vainer, C. A cidade do pensamento único. Editora Vozes.

Benko, G. A ciência regional. Oeiras: Celta editora, 1999

Bolaño, C. (2011). Indústrias criativas e os conceitos de cultura, inovação e criatividade em Celso Furtado. Políticas Culturais em Revista, 2(4): 3-14.

Cunningham. S, & Flew, T. (eds). (2020). A Research Agenda for Creative Industries. European Journal of Communication, 35(1), 88–88.

Chapain, C., & Comunian, R. (2009, September). Enabling and inhibiting the creative economy: the role of the local and regional dimensions in England. Regional Studies. 44(6): 717-734.

Chapain, C., & Sagot-Duvauroux, D. (2018). Cultural and creative clusters – a systematic literature review and a renewed research agenda. Urban Research & Practice.

Cordeiro, G. (2010, Dez.). As cidades fazem-se por dentro: desafios de etnografia urbana. Cidades – Comunidades e Territórios. (20/21): 111-112.

Estaway, M., Pique, J. (2011). Urban regeneration and the creative knowledge economy. The case of 22@in Barcelona. Journal of Urban Regeneration and Renewal. 4(4): 1-9.

Faludi, J. (2019). The paradigm of the creative class in regional and urban development revisited, an overview. Corvinus Journal of Sociology and Social Policy, 10(2): 167-188.

Ferrão, J. (2003). Intervir na cidade: complexidade, visão, rumo. In: Porta, N.; Domingues, A e Cabral, J. Políticas urbanas – Tendências, estratégias e oportunidades. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Flew, T. (2012). The creative industries. Culture and Policy. London: Sage Publications.
Potts, J., Hartley, J, Banks, J., Burgess, J. Cobcroft, R. Cunningham, St. Montgomery, L. (2008). Consumer, co-creation and situated creativity. Industry and innovation. 15(5):459-474.

Florida, R. (2011). A ascensão da classe criativa. Porto Alegre: L&PM. Geenhuizen, M., & Nijkamp, P. (2012). Creative cities in a knowledge Society: introduction. In: Marina van Geenhuizen & Peter Nijkamp (ed.), Creative Knowledge Cities, chapter 1, Edward Elgar Publishing.

Harvey, D. (2001). Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Edições Loyola. 10 ed.
_____, D. (2005). A produção capitalista do espaço. São Paulo: Ed. Annablume, 2005.

Kaldor, M., & Sassen, S. (2020). Cities at War: Global Insecurity and Urban Resistance. Editora: Columbia University Press.

Landry, C., & Bianchini, F. (1995). The creative city. London: Demos.

Landry, C. (2008). The creative city: a toolkit for urban innovators. 2. ed.

Lindblom, C. (1977). Politics and Markets: The World's Political Economic Systems. New York: Basic.

Magnani, J. (2002). De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 17(49): 129-156.

Magnani, J. (2014). O circuito: proposta de delimitação da categoria. Ponto Urbe, 15.

_____. (2016). São Paulo: de perto (e de dentro) é outra cidade. Ponto Urbe, 18.

Marques, S., & Alves, P. (2010). O desafio da governança policêntrica. Prospectiva e Planeamento, 17, 141–164. Organização das Nações Unidas para Ciência, Educação Cultura. (2022). World Conference on cultural policies and sustainable development. México. https://www.unesco.org/en/mondiacult2022

Organização das Nações Unidas. (2016, outubro). Conferência das Nações Unidas sobre Habitação e Desenvolvimento Urbano Sustentável (Habitat III). Quito, Equador.

Pratt, A. (2021). Creative hubs: A critical evaluation. City, Culture and Society. 24: 1-7.
_____. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography 90(2): 107-117, 2008.

Sassen, S. (1998). As cidades na economia mundial. São Paulo: Studio Nobel.

Seixas, J. (2006, dez.). A reinvenção da política na cidade: perspectivas para a governança urbana. Comunidades e Territórios. 12/13: 179-198.

Seixas, J., & Costa, P. (2010). Criatividade e governança na cidade contemporânea. Comunidades e Territórios. 20/21: 27-41.

Scott, A. (2005, dez.). Cultural-products industries and urban economic development. Urban Affairs Review, 39(4);461-490.

Robinson, J., & Attuyer, K. (2021). Extracting Value, London Style: Revisiting the Role of the State in Urban Development. Int. J. Urban Reg. Res. 45: 303-331.

Throsby, D. (2001). Economía y Cultura. Madrid: Cambridge University Press. Wolf, S. (2014, Jan.). Desenvolvimento local, empreendedorismo e "governança" urbana: onde está o trabalho nesse contexto? Caderno CRH. Salvador, 27(70):131-150.