

# FORTALEZA DA DESIGUALDADE E DA CRIATIVIDADE

## REFLEXÕES SOBRE AS CIDADES NO SÉCULO XXI

Cláudia Sousa Leitão  
Luciana Lima Guilherme<sup>1</sup>  
Raquel Viana Gondim<sup>2</sup>

### 1 O DESTINO DAS CIDADES E AS CIDADES COMO DESTINO

A partir do seu livro, “As cidades do Amanhã”, Peter Hall reflete sobre as chamadas ‘cidades eternas’, aquelas que viveram tempos áureos ainda hoje presentes nas representações que fazemos das cidades nas quais gostaríamos de ter vivido: Atenas de Péricles, Florença renascentista, Londres elizabethana, Paris e Viena modernas, assim como Berlim contemporânea. O urbanista inglês não constrói um pensamento determinista para explicar o êxito dessas cidades a partir de seus planejamentos. Pelo contrário, aponta os desastres cometidos por esses processos, observando que muitas decisões políticas, tomadas a partir de diagnósticos ou planos, foram, em muitos casos, profundamente danosas às cidades, posto que desconectadas dos desejos de suas populações (FREITAG, 2005 apud LEITÃO; DOS SANTOS, 2006).

Embora reconheça a grande contribuição das ‘cidades eternas’ para mundo contemporâneo, o urbanista inglês também as interpreta a partir a reflexão de Benjamim (LEITÃO; DOS SANTOS, 2006, p. 220): “Nunca houve um monumento de cultura que não fosse também um monumento de barbárie”. Desse modo,

observa que muitas cidades monumentais, hoje grandes destinos turísticos no mundo, foram construídas a partir do aniquilamento de outras culturas, tornando hegemônicos seus legados e histórias, em detrimento de outros legados e histórias. Essa constatação não o impede de buscar identificar as razões pelas quais essas cidades atingiram, em um determinado momento histórico, um desenvolvimento notável. Ao procurar denominadores comuns entre elas, encontra algumas características interessantes:

- Em nenhuma das seis cidades a ‘idade de ouro’ surgiu do nada ou de repente. Em todos os casos, ela foi fruto de longos processos de maturação, em que o investimento em arte e o incentivo à cultura constituíram uma constante;
- Todas as cidades atingem o auge, o florescimento de sua cultura, em um período de transição e ruptura com as fases históricas anteriores, aventurando-se em um outro campo cultural e em território desconhecido;
- Todas essas cidades, que poderíamos chamar de ‘criativas’, caracterizam-se por uma atitude cosmopolita: com abertura para outras terras e gentes, sem xenofobia ou falsos nacionalismos;
- Finalmente, todas as cidades investiram em infraestrutura tecnológica e em educação para produzir mudanças em suas dinâmicas econômicas, capazes de permitir a eclosão da inventividade e da inovação. (LEITÃO; DOS SANTOS, 2006, p. 149).

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação. Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (PPED/IE/UFRJ). Professora de pós-graduação da Fundação Getúlio Vargas (FGV/RJ). E-mail: guilherme.luciana@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Cultura UTAD (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – Vila Real, Portugal). Professora da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) nos cursos de Audiovisual e Novas Mídias e Design de Moda. E-mail:gondim.raquel@gmail.com.

As observações de Hall são fundamentais para pensarmos as cidades do século 21. Ao enfatizar os papéis da cultura e da ciência e tecnologia para o seu desenvolvimento, o urbanista acaba por nos oferecer boas pistas para refletirmos sobre os fundamentos que devem legitimar a categoria 'cidades criativa'. Senão, vejamos.

No novo século, distritos, bairros, cidades, bacias ou regiões, em diversos países, vem sendo estruturadas para se tornarem 'territórios criativos'. Dessa forma, passam a se constituir o locus privilegiado de políticas, programas e ações voltados à criação de uma ambiência propícia à produção, difusão e consumo da criatividade e da cultura que, através das tecnologias tradicionais e contemporâneas poderão favorecer a

produção de bens e serviços com alto valor agregado. Esses territórios passam a buscar fundamento do seu desenvolvimento na economia criativa, uma economia fruto dos avanços da economia do conhecimento e da cultura, cujos grandes ativos são a memória, a diversidade cultural, assim como o conhecimento científico e tecnológico.

Se a criatividade é uma invenção da cultura, como afirma Celso Furtado (2008, p.116), a economia criativa é uma aposta em um novo desenvolvimento a partir e através da cultura. Embora não haja inovação sem criatividade, criatividade não é sinônimo de inovação. Inovação é a transformação do conhecimento e da criatividade em riqueza e bem-estar social. Três elementos aparecem como essenciais para a inova-



FOTO SÉDUI DE

: Musical no Cineteatro São Luiz





Grafite do artista plástico Rafael Limaverde, Av. Duque de Caxias e Caixa d'água Praça da Imprensa, Fortaleza.

ção: o conhecimento (a ciência) e criatividade, que constituem sua matéria-prima, aliados à indispensável transformação, o seu processo. O fato é que a inovação contém necessariamente conteúdo cultural, uma vez que tem por objetivo, direto ou indireto, participar e qualificar as nossas formas de viver e, para o bem ou para o mal, afetá-la. Em outras palavras, o objeto da inovação é intervir nos nossos meios de produção, comunicação, deslocamento, saúde, moradia, alimentação, entretenimento, enfim, no nosso cotidiano, para torná-lo mais confortável, mais digno e mais humano. Por isso, são os conteúdos culturais das tecnologias que desempenham papel essencial no processo de transformação da ciência em riqueza e bem-estar. Dito de outra forma, parte significativa do processo inovador reside na incorporação da cultura/criatividade à tecnologia.

Essa é a tarefa precípua das políticas públicas para a economia criativa nas cidades, pois elas constituem fundamento e condição necessária para a transformação dos seus destinos. Afinal, uma 'cidade criativa' deverá ser, antes de tudo, uma cidade humana, que traduza na qualidade de vida de sua população os direitos e deveres essenciais aos direitos à cidade.

## **2 A CULTURA COMO EIXO ESTRATÉGICO DO DESENVOLVIMENTO: A NOVA AGENDA DA ECONOMIA CRIATIVA NO MUNDO**

Em 2001, quando o inglês John Hawkins escreveu seu livro *The Creative Economy - How People Can Make Money From Ideas* ("Economia Criativa – Como as Pessoas Podem Ganhar Dinheiro a Partir de Ideias", tradução livre), certamente não imaginou que produziria um best seller. Mas, Hawkins trouxe à baila uma reflexão sobre a qual ainda poucos haviam se debruçado e que foi posteriormente difundida nos debates sobre desenvolvimento: a de que os bens e serviços produzidos pela imaginação ganhariam cada vez mais prestígio na sociedade do conhecimento do século 21.

As discussões sobre as dinâmicas econômicas desses bens e serviços não tardaram em chegar à Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) que lança o primeiro Relatório Mundial sobre a Economia Criativa – *Creative Economy Report 2008*, num esforço de aprofundar o conceito e de compilar informações e dados sobre a economia dos bens simbólicos dentro de uma perspectiva mundial. As indústrias criativas compreenderiam um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectu-

ais ou artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico. Elas constituem os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.

Em relação aos setores criativos, organismos internacionais, como a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), propuseram sistemas de classificação (frameworks) que apresentam e orga-

nizam estes setores a partir de categorias no sentido de criar uma base comum para o desenvolvimento de análises comparativas entre os diversos países. A seguir, a proposta de classificação sugerida pela UNCTAD: **Figura 1**.

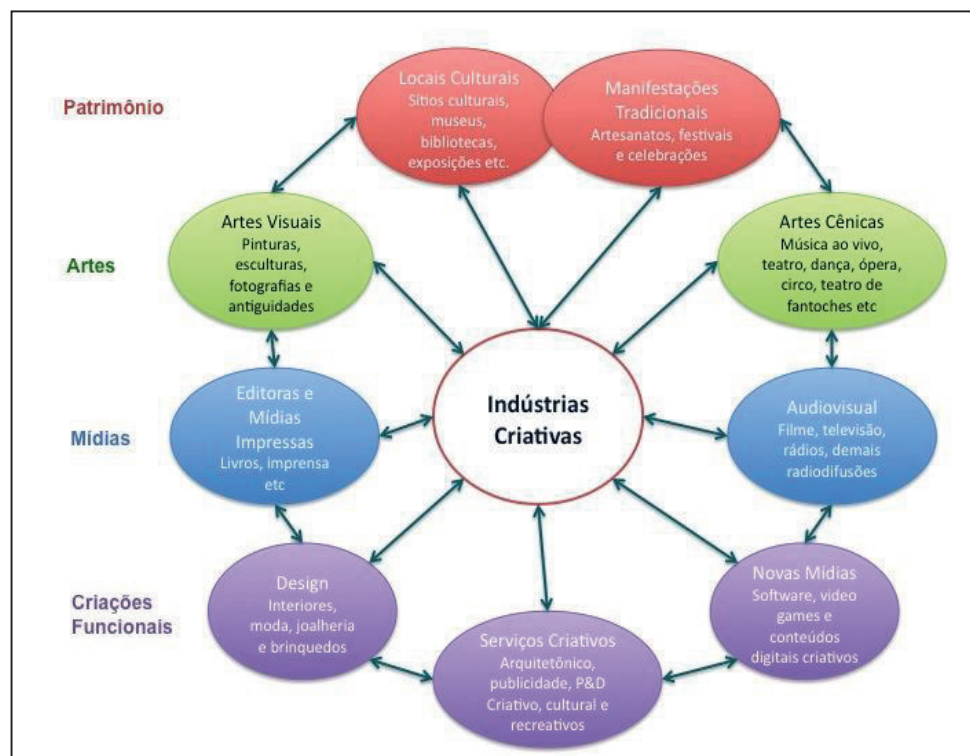
A UNESCO avança no desenho da proposta de um framework, sugerindo uma estrutura mais compacta, ainda que mantendo uma convergência com a classificação setorial da UNCTAD. Vide a seguir a proposta da UNESCO: **Figura 2**.

Os relatórios produzidos pela UNCTAD e pela UNESCO tornaram-se marcos no reconhecimento da relevância estratégica da economia criativa como vetor de desenvolvimento, demonstrando, especialmente, a força das indústrias criativas. A mensuração dessa economia, contudo, é fruto da compilação de dados produzidos pelos diversos países, sem a presença de uma cesta de indicadores e de um tratamento estatístico comum, o que fragiliza os resultados aferidos. De

qualquer modo, em suas três edições (2008, 2010 e 2013), vão gradativamente confirmando algumas hipóteses sobre a força dessa nova economia; “apesar da crise financeira mundial ter provocado queda drástica no comércio internacional em 2008, entre 2002 e 2011, as exportações de bens e serviços criativos cresceram, anualmente, em torno de 12,1% nos países em desenvolvimento, chegando a US\$ 227 bilhões em 2011 (UNCTAD, 2013), destacando-se como um dos setores mais dinâmicos do comércio internacional” (UNCTAD, 2012; UNESCO, 2013):

- A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que

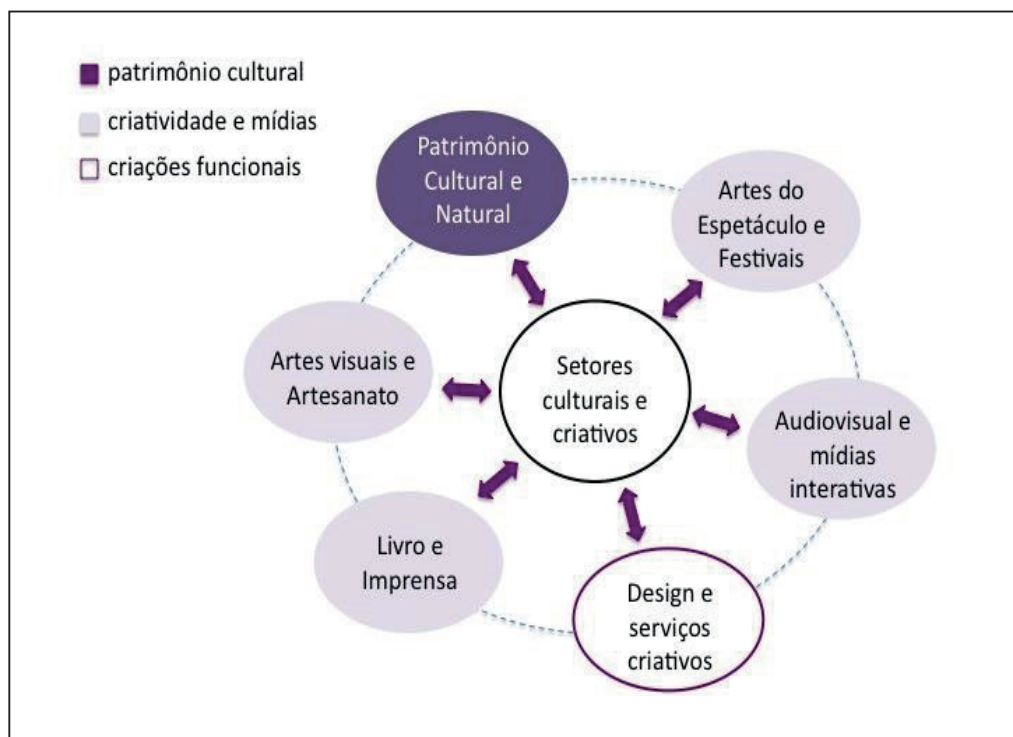
Figura 1  
**Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas**



Fonte: UNCTAD (2010, p. 8)

Figura 2

**Classificação da UNESCO para os setores culturais e criativos**



Fonte: BRASIL (2011, p. 28)



potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;

- Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo, que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- É um conjunto de atividades econômicas baseado no conhecimento, caracterizado pela dimensão do desenvolvimento e de interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral;
- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

Irina Bokova, diretora-geral da UNESCO, também

ênfata os papéis da economia criativa no desenvolvimento das nações:

Além de gerar postos de trabalho, a economia criativa contribui com o bem-estar geral das comunidades, fomenta a autoestima individual e a qualidade de vida, o que resulta em um desenvolvimento sustentável e inclusivo. Em momentos em que a comunidade internacional está estruturando uma nova agenda de desenvolvimento pós-2015, é vital reconhecer a importância e o poder dos setores cultural e criativo como impulsionadores de desenvolvimento (UNESCO, 2013, p.11).

No Relatório de 2013 a UNESCO inclui exemplos interessantes que demonstram a contribuição dos setores culturais e criativos para a qualidade de vida dos países em desenvolvimento. Na Argentina, por





FOTO PMF

Feira da Beira Mar, Fortaleza

exemplo, as indústrias culturais e criativas empregam cerca de 300.000 pessoas e representam 3,5% do PIB do país. No Marrocos, as indústrias editorial e gráfica empregam 1,8% da população ativa, com um volume de negócios de mais de 370 milhões de dólares, assim como o valor de mercado da indústria musical, que era de 54 milhões de dólares em 2009, e que não cessa de aumentar desde então. Em Bangkok (Tailândia), a indústria da moda por si só tem dado lugar a 20.000 negócios de diversas proporções, envolvendo muitos jovens que ganham a vida como designers de pequena escala. Em Chiang Mai, também na Tailândia, a Iniciativa Cidade Criativa Chiang Mai (CMCC) é um laboratório de ideias e uma plataforma de atividades em rede que associa ativistas do setor de educação, membros de organismos privados e estatais e grupos comunitários locais. Apoiando-se no acervo cultural local, a CMCC busca tornar a cidade mais atrativa

como lugar de residência, trabalho e investimento e promovê-la como destino para investimento, negócios e indústria criativa. Na cidade de Pikine (Senegal), a Associação Africulturban criou uma academia de hip hop que ensina os jovens: inglês, grafismo e design digital, produção de música e de vídeo, marketing, além de como chegar a ser um disc-jockey. Este programa inovador está ajudando os jovens profissionais do setor criativo a desenvolverem-se com mais eficácia nos mercados local e mundial, ambos em constante evolução artística e tecnológica.

### **3 A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL**

Vinte e cinco anos depois da gestão de Celso Furtado, à frente do Ministério da Cultura, institucionalizou-se no Governo Federal a Secretaria da Economia Criativa, para liderar políticas públicas voltadas a retomar, reavivar e ressignificar as relações e as conec-

xões entre cultura e desenvolvimento, com a missão de contribuir para transformar a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza.

A Secretaria da Economia Criativa nasce sob o pensamento de Furtado:

Todos os povos lutam para ter acesso ao patrimônio cultural comum da humanidade, que se enriquece permanentemente. Resta saber quais serão os povos que continuarão a contribuir para esse enriquecimento e quais aqueles que serão relegados ao papel passivo de simples consumidores de bens culturais adquiridos nos mercados. Ter ou não ter direito à criatividade. Eis a questão. (FURTADO, 1984, p.25).

Enquanto política pública, a economia criativa foi assim denominada a economia resultante:

[...] das dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/ fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica (BRASIL, 2012, p. 23).

Na perspectiva da construção de um conteúdo próprio às economias criativas ibero-americanas, caribenhas e africanas, a criação da Secretaria da Economia Criativa brasileira constituiu um fato animador, pois a Secretaria, ao invés de dogmatizar um conceito de economia criativa, busca garantir princípios que devem fundamentá-la:

- Diversidade Cultural: valorizar, proteger e promover a diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento;
- Inclusão social: garantir a inclusão integral de segmentos da população que em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e empreendimentos criativos;
- Sustentabilidade: promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a sus-

tentabilidade ambiental, social, cultural e econômica;

- Inovação: fomentar práticas de inovação em todos os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais.

#### **4 A ECONOMIA CRIATIVA E O DIREITO À CIDADE**

Se o século 21 é o século das cidades, é tarefa dos governos e das organizações internacionais formular políticas e garantir os direitos dos indivíduos à vida com qualidade e dignidade nas cidades. Publicada na França em 2000, a “Carta Europeia para a Proteção dos Direitos do Homem na Cidade” constitui um desses documentos:

Considerando que a maior parte da população do planeta vive hoje em cidades,

Considerando que as cidades constituem o futuro da humanidade,

Considerando a crise dos estados nacionais e o crescimento dos valores democráticos de proximidade possíveis nas cidades,

Considerando que as cidades surgem como a possibilidade de um novo espaço político e social no século XXI,

Considerando que uma boa gestão das cidades requer o respeito e a garantia dos Direitos do Homem para todos os habitantes, assim como a promoção dos valores de coesão social e de proteção dos mais vulneráveis,

Considerando a necessidade de qualificação dos espaços públicos para todos nas cidades, As cidades europeias assumem os seguintes compromissos:

##### **PARTE I. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

###### **Art. I. Direito à Cidade**

A cidade constitui um espaço coletivo pertencente a todos os habitantes que têm o direito de nela encontrar as condições de desenvolvimento político, social e ambiental, ao mesmo tempo em que assumam seus deveres de solidariedade.

As autoridades municipais favorecem, por todos





Bolsas Catarina Mina, Fortaleza



FOTO PHILIPpe ALCANTARA

os meios à sua disposição, o respeito à dignidade de todos e à qualidade de vida de seus habitantes.

### PARTE III. DIREITOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E CULTURAIS.

#### Art. XV. Direito à Cultura

Os cidadãos das cidades têm direito à cultura em todas as suas expressões, manifestações e modalidades possíveis.

As autoridades locais, em cooperação com as associações culturais e o setor privado, fomentam o desenvolvimento da vida cultural urbana no respeito à diversidade, Espaços públicos propícios à atividades culturais e sociais são disponibilizados aos cidadãos das cidades em condições iguais a todos.[...]

Nesse contexto, elas se comprometem a respeitar o patrimônio natural, histórico, arquitetônico, cultural e artístico das cidades e de promover a renovação do patrimônio existente [...]

#### Art. XXI. Direito ao Lazer

As cidades reconhecem o direito dos cidadãos a

dispor de tempo livre.

As autoridades municipais garantem a existência de espaços lúdicos de qualidade abertos a todas as crianças sem discriminação.

Como podemos observar, a Carta Europeia estabelece os direitos essenciais dos indivíduos nas cidades que, por sua vez, favorecem às dinâmicas econômicas relativas à criação, produção, difusão, distribuição e consumo/fruição dos bens e serviços criativos e culturais. Os direitos culturais estão inseridos no direito à cidade são direitos propulsores dessa nova economia dos produtos simbólicos. É o que também afirma Irina Bokova, diretora-geral da UNESCO, por ocasião do Terceiro Fórum Mundial da UNESCO sobre Cultura e Indústrias Culturais, que ocorreu em Florença, entre os dias 2 a 4 de outubro deste ano (UNESCO, 2014): “[...] cultura cria emprego, gera renda e estimula a criatividade. É um vetor multifacetado de valores e identidade. Mais que isso, a cultura é uma alavanca que promove a inclusão social e o diálogo”.

Ao final do Fórum de Florença, os participantes adotaram a Declaração de Florença que defende a integração da cultura à agenda de desenvolvimento





FOTO PMF

Feira Estoril, Fortaleza

pós-2015, a qual as Nações Unidas devem adotar no primeiro semestre de 2015. A declaração reflete os resultados de consultas nacionais sobre cultura e desenvolvimento, conduzidas em conjunto em cinco países – Bósnia e Herzegovina, Equador, Mali, Marrocos e Sérvia – pela UNESCO, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA).

As consultas nacionais revelaram até que ponto a cultura tem o poder de atrair e mobilizar as pessoas. A cultura é a chave para políticas mais inclusivas, portanto, mais sustentáveis', afirmou o ministro da Cultura do Marrocos, Mohamed Amin Sbihi. Aminata Haidara Sy, representando o ministro da Cultura do Mali, por sua vez, lembrou a importância do patrimônio cultural, por exem-

plo, os manuscritos e os mausoléus de Timbuktu, para permitir o diálogo e a unidade nacional. O ministro dos Assuntos Cívicos da Bósnia e Herzegovina, Serdoje Novic, destacou os benefícios que a preservação do patrimônio e o investimento nas artes trazem para o desenvolvimento urbano sustentável. Por fim, o ministro da Cultura da Sérvia, Ivan Tavošac, lembrou o dinamismo do cinema e das artes como um todo, contribuindo para o desenvolvimento e a inovação. (UNESCO, 2014)

A compreensão dos significados da economia criativa vai, portanto, crescendo entre as cidades do mundo. A Declaração de Florença (UNESCO, 2014) clama especialmente aos governos, à sociedade civil e ao

setor privado para melhorar:

- Capacidades humanas e institucionais; ambientes legais e políticos;
- novos modelos de parceria e estratégias de investimento inovadoras;
- pontos de referência e de indicadores de impacto para monitorar e avaliar a contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável.

### 5 FORTALEZA E SUAS VOCAÇÕES CULTURAIS E CRIATIVAS

Vários estudos e pesquisas tentam refletir sobre as origens da criatividade humana. Da Antropologia à Psicologia, inúmeras são as tentativas científicas de explicar, mais do que compreender, a criatividade humana. Afinal, ela seria fruto da necessidade? A carência de recursos materiais seria um motor capaz de estimular a criatividade nos seres humanos? Poderíamos dizer que criatividade dos cearenses decorreria da histórica pobreza de sua população?

Embora seja uma cidade litorânea, Fortaleza também carrega consigo os imaginários dos sertões, dos vales e das serras, que constituem o estado. Constituída de famílias que aqui chegaram, em função do êxodo das grandes secas, e que consigo trouxeram seus saberes e fazeres tradicionais, adaptando-os a uma vida urbana e contemporânea, a cidade acabou por reunir tradição e contemporaneidade, riquezas artesanais e novas tecnologias, características interessantes

em tempos pós-industriais, em que a dimensão cultural e tecnológica dos bens e serviços se fundem para agregar valor a um território. Fortaleza é, portanto, esta cidade da (con)fusão de mundos e imaginários, ao mesmo tempo sertaneja e litorânea, tradicional e contemporânea, uma capital com grande vocação cultural e econômica para os serviços, característica da economia criativa.

Com a retomada da área de Planejamento Estratégico da cidade, em 2012 a prefeitura de Fortaleza dá institucionalidade e apoio de capital humano para o Instituto de Planejamento de Fortaleza (IPLANFOR) que assumiu o desafio de pensar a cidade, seus problemas, desafios e vocações, para construir um Plano capaz de desenvolver a cidade, hoje reconhecida pela grande concentração de renda e pela violência. Assim, se começou a construir o ‘Fortaleza 2040’, um Plano que vem sendo conduzido por experts em diversas áreas do conhecimento, acompanhado pela população da cidade e pelo governo municipal.

Enquanto consultoras do ‘Fortaleza 2040’ para a Economia Criativa, levantamos, a partir de dados secundários, as vocações da cidade e de sua região metropolitana relativas aos setores culturais/criativos. Chegamos aos seguintes quadros: **Figura 3 e 4.**

A economia criativa é uma realidade crescente no mundo e poderia ser um eixo estratégico para o desenvolvimento das cidades brasileiras. Os setores do audiovisual, design de moda, jogos digitais e música

Figura 3  
**Fortaleza Cidade do Patrimônio Cultural e do Design – setores contemplados**

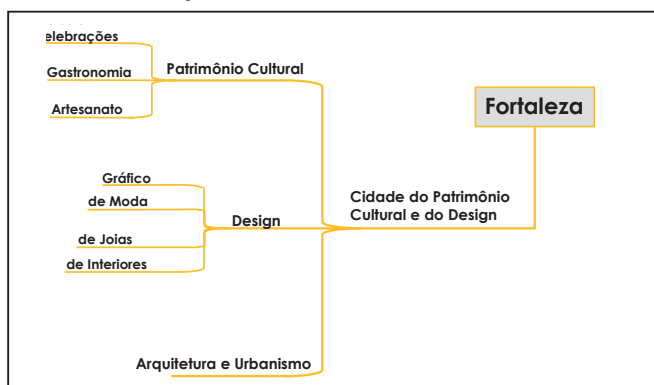


Figura 4  
**Fortaleza Cidade das Artes, do Entretenimento e das Mídias – setores contemplados**

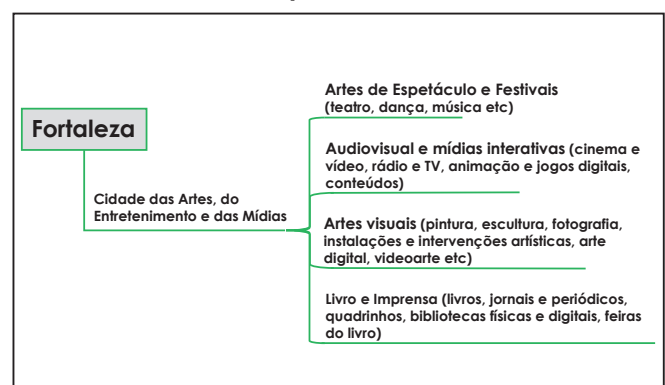






FOTO THIAGO NOZI

Boi Mirim Pai do Campo, Limoeiro do Norte

são exemplos de atividades com potencial de desenvolvimento econômico para Fortaleza, embora assim ainda não sejam percebidos pelos governos. Enquanto o design de moda é fruto de uma histórica vocação da cidade, que já foi um grande polo de confecções no Brasil, os jogos digitais perscrutam uma tendência que pode vir a ser fortalecida com o necessário apoio de políticas públicas. Relativamente à música, Fortaleza goza de um reconhecimento nacional em função da qualidade dos profissionais atuantes, tanto no núcleo criativo (cantores, músicos, arranjadores, produtores etc) quanto nas demais áreas de atuação dessa cadeia produtiva. No audiovisual, vale ressaltar uma geração de profissionais que vem se destacando na produção de conteúdos relacionados à TV aberta, à TV paga e ao cinema.

Por outro lado, a cidade é historicamente vocacio-

nada ao comércio de bens e serviços. E essa vocação pode e deve ser ampliada para o campo cultural e criativo. Para isso, é necessário o desenvolvimento de estratégias capazes de transformar Fortaleza, por exemplo, em uma capital de serviços culturais e criativos. De modo integrado às estratégias de desenvolvimento do turismo na cidade, a economia dos setores das artes e do entretenimento demonstra potencial de crescimento quando associados, por exemplo, às festas, espetáculos e eventos que já fazem parte do calendário turístico cultural da cidade (réveillon, carnaval, festas juninas, festas religiosas, micaretas).

Por outro lado, o artesanato e a gastronomia também caminham juntos como insumos estratégicos ao desenvolvimento turístico e cultural da cidade. O talento do cearense para as atividades manuais e artesanais (rendas, bordados, artefatos de decoração,

utensílios domésticos) poderia ser melhor aproveitado caso dialogasse de forma mais intensa com o design de interiores e arquitetura. A gastronomia, por sua vez, aparece no setor de serviços como uma possibilidade concreta de produção de riquezas, ampliando o leque de atuação dos profissionais atuantes na cadeia produtiva, tais como: consultores, chefs de cozinha, assistentes, nutricionistas entre outros. Por último, não podemos subestimar o potencial econômico do humor da cidade de Fortaleza. Essa representativa expressão da nossa cultura, reconhecida nacionalmente, vem crescendo, tanto na produção de conteúdos para a TV, o rádio e a internet, quanto nos stand up comedy nos bares, restaurantes, casas de show, shoppings centers, barracas de praia entre outros espaços de lazer na cidade.

A economia criativa é uma economia de redes que conectam sistemas produtivos. Ao apresentarmos as vocações culturais/criativas mais pujantes, chamamos a atenção para os setores conexos que se relacionam de forma direta ou indireta com os segmentos priorizados. A Fortaleza - Cidade do Patrimônio Cultural e do Design está absolutamente imbricada à Fortaleza - Cidade das Artes, do Entretenimento e das Mídias. Mas, as vocações da cidade para os setores aqui elencados fazem de Fortaleza uma cidade efetivamente criativa?

## **6 FORTALEZA... UMA CIDADE CRIATIVA?**

De início era o movimento. Era o nomadismo de homens e mulheres à procura de água para saciar a sede e de sombra para amainar o sol inclemente. E, como nos descreveu poeticamente Gustavo Barroso no Hino de Fortaleza: “Junto à sombra dos muros do forte, a pequena semente nasceu”. Fortitudine será a divisa que marcará de forma ambivalente a sua heráldica. Afinal, a qual fortaleza nos referimos? A do pequeno arraial do Forte, como observou João Brígido (apud BARBOSA, 2001), ou à fortaleza moral, virtude de um povo?

De início era o movimento. Era o comércio simbolizado pela figura de Hermes, símbolo da inteligência industriosa e realizadora, da astúcia, rapidez e criativi-

dade. Deus das negociações, das intermediações e das encruzilhadas, Hermes, através dos seus quatro rostos simboliza o encontro entre o céu e a terra e entre os quatro pontos cardeais, representando, ao mesmo tempo, ambiguidade e completude. Hermes aparece em várias culturas com as características que lhe dão origem: mistura e movimento. Seja como mágico, satírico, médico, músico ou artesão, o deus alado se transfigura para interpretar culturas através da leitura de símbolos e signos que compõem as culturas. Ele é o deus do hermetismo e da hermenêutica, do mistério e da arte de decifrá-lo (LEITAO, 2001).

Os mitos funcionam como narrativas explicativas das trajetórias humanas, ou seja, eles servem para intermediar as tensões e as contradições do real. Fortaleza é território, por excelência, desses contrastes, conflitos e paradoxos. Ao observarmos os indicadores de desenvolvimento humano da cidade, especialmente na perspectiva da concentração de renda, da violência, da infraestrutura, da educação e da saúde, Fortaleza apresenta resultados preocupantes que apontam para uma cidade apartada, injusta e desumana.

Mas, Fortaleza também é território de gente industriosa e criativa, de uma população habituada a reunir realidades diversas para produzir novos modos de ser e de estar no mundo. Tal qual Hermes, os fortalezenses conhecem o nomadismo e assim aprenderam a viver e a sobreviver em situações adversas, desenvolvendo tecnologias sociais, éticas e estéticas próprias. Tal qual Hermes, os fortalezenses aprenderam a negociar, a inventar, a fazer circular, a convencer para vencer e assim construíram uma cidade.

Enfim, é inconteste que a cultura e a criatividade começam a se deslocar dos discursos artísticos, produzindo novos e importantes impactos na ampliação dos significados do desenvolvimento. Como matriz estratégica para as dinâmicas econômicas, a cultura começa a ser considerada como um recurso estratégico. Por isso, os indicadores relativos à construção ou à produção de obras de infraestrutura (tais como saneamento, estradas, habitação, urbanização) passam a não ser suficientes para medir o desenvolvimento humano. Nas sociedades do conhecimento, ser desen-



volvido significa conquistar um novo patamar relativo à qualidade de vida, através de um novo trabalho capaz de produzir inclusão, garantindo a sustentabilidade da vida do indivíduo, mas também do planeta. Por isso, as sociedades exportadoras de commodities vão perdendo prestígio diante daquelas que passam a produzir bens e serviços com valor agregado.

Com a transfiguração da economia industrial para as economias pós-industriais, as conexões entre cultura e desenvolvimento sustentável passam a ser percebidas sob dois enfoques: de um lado, a criação de programas de desenvolvimento dos setores culturais e criativos propriamente ditos (as artes, o turismo, o patrimônio cultural, os segmentos criativos); de outro, a formulação de políticas públicas que consideram a cultura como eixo estratégico de desenvolvimento dos Estados, a partir da produção de planos que realizam o cruzamento das políticas culturais com as demais pastas dos governos (educação, ciência e tecnologia, saúde, trabalho e emprego, meio ambiente, entre outras) em prol do desenvolvimento sustentável, especialmente, das dinâmicas econômicas dos bens e serviços simbólicos.

Por outro lado, a economia criativa é uma temática eivada de contradições e paradoxos como é contraditório e paradoxal o próprio sistema capitalista. Para tanto, é preciso estar atento ao fenômeno da estetização da economia, denominado por Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2014) de “capitalismo estético”. Esse fenômeno se relaciona diretamente com o crescimento das indústrias criativas no século 21 e sua apropriação pelo mercado. Na era da globalização, a economia também se estetiza e se desmaterializa para se dedicar às dimensões imateriais do consumo. Se a oferta dos produtos culturais é imensa, temos cada vez mais a impressão de que o nosso acesso se dá ao produto padronizado, ao produto industrializado. Assim vivemos em um mundo da diversidade homogênea que oferece uma grande ameaça à diversidade cultural do planeta. Afinal, com o esgotamento das grandes distinções entre arte e indústria, cultura e entretenimento, imaginação e negócios, criatividade e marketing, cidade e shoppings, tudo parece submergir ou emer-

gir a favor de um mundo kitsch, presente seja nos bairros ricos quanto nas periferias das diversas cidades do mundo. Se tudo sucumbe à sedução estética, as cidades correm o risco de se tornarem espécies de shoppings-centers e o resultado será dramático para os seus habitantes: quanto mais se busca consumir o belo, menos a vida lhe parece bela; quanto mais o produto cultural se prolifera e está acessível nos diversos mercados, menos educação se possui para fazer escolhas e, por isso (como diria Amartya Sen) menos liberdade se goza, menos autonomia se possui; quanto mais se consome produtos de lazer, mais despolitizado se está.

As cidades que recebem títulos de ‘cidades da cultura’ ou ‘cidades criativas’ pelos governos ou organizações internacionais (como a UNESCO) são exemplos da apropriação das cidades pelo capitalismo estético e sua sedução consumista e hedonista. Elas são assim são denominadas por anunciarem a multiplicação de lugares para arte, com novas estratégias de marketing e de comunicação, sempre voltadas ao “consumo estetizado” ou a uma indústria criativa ameaçadora da diversidade cultural. Devemos avançar na busca de um modelo de economia criativa que seja crítico a essas categorias de ‘cidades criativas’. Uma cidade criativa não é a cidade do consumismo exacerbado, do trabalho precário, dos contrastes sociais abissais, da ausência do Estado, da exclusão, da dependência, da domesticação das mentes, do esvaziamento de imaginários, do estímulo ao individualismo possessivo!

Por isso, não devemos nos esquecer dos ensinamentos de Peter Hall quando se refere ao apogeu das grandes cidades do mundo, destacando condições essenciais para sua construção: o investimento contínuo nas artes e na cultura; a aposta na inovação; a valorização da diversidade cultural e do cosmopolitismo; e, por último, o investimento em infraestrutura e educação. Não se deve denominar um território de ‘criativo’ somente por se ter mapeado naquele território vocações culturais ou talentos empreendedores dentro dos setores culturais/criativos. Um território tornar-se-á verdadeiramente criativo caso seja sujeito (e não objeto!) de um novo desenvolvimento que seja libertador

e humano. Não basta criatividade nem criativos para construirmos ‘cidades criativas’. Fortaleza que o diga. A verdadeira Fortitudine, a Fortaleza empreendedora, criativa e inovadora ainda está por nascer.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Ivone Cordeiro. ‘Introdução’. In: BRÍGIDO, João. Ceará – **Homens e fatos**. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha, 2001, v. 4, p. 09-16.

BRASIL. **Ministério da Cultura**. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014, Brasília: Ministério da Cultura, 2012. 154p.

BRASIL. **Relatório de Economia Criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. – Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 2012. 424 p. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/relatorio-mundial-sobre-economia-criativa-em-portugues-ja-esta-disponivel-para-consulta-e-download/>>. Acesso em: set. 2013.

CABO VERDE. Discurso do Ministro da Cultura Mário Lúcio Sousa – 2014. **Site do Governo de Cabo Verde**. Disponível em: <<http://www.governo.cv>>. Acesso em 19 de agosto de 2015.

D’AGUIAR, Rosa Freire (org.). **Ensaio sobre a cultura e o Ministério da Cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012. 198p.

D’AGUIAR, Rosa Freire. **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-papers, Centro Internacional Celso Furtado de Políticas e Desenvolvimento, 2013. (Coleção Pensamento Crítico; 2). 240p.

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. 128p.

FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. 235p.

HOWKINS, J. **The Creative Economy** – how People make money from ideas. Londres: Penguin Books, 2001. 263p.

LEITÃO, C. S. **Memória do Comércio Cearense**. V.1. Fortaleza (CE): SENAC - Nacional, 2001. 186p.

LEITÃO, C. S. (Org.); SANTOS, F. (Org.). **Seminário Cultura XXI**: Seleção de Textos. Fortaleza, Ceará: SECULT, 2006. 306p.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **O capitalismo estético na era da globalização**. Lisboa: Edições 70, 2014. 490p.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO NO **BRASIL. Creative Economy Report 2013** - Special Edition: widening local development pathways, 2013. Disponível em: <<http://www.academy.ssc.undp.org>>. Acesso em: dezembro de 2013.

SEN, Amartya. **Sobre ética e economia**. Coimbra: Almedina, 2012. 150p.

UNESCO – Representante da Unesco no Brasil. As indústrias criativas impulsionam as economias e o desenvolvimento, segundo o Relatório da ONU. 14 nov. 2013. Disponível em: <[http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/creative\\_industries\\_boost\\_economies\\_and\\_development\\_shows\\_un\\_report/#.Vf1Zg2RViko](http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/creative_industries_boost_economies_and_development_shows_un_report/#.Vf1Zg2RViko)>. Acesso em 20 de agosto de 2015.

UNESCO – Representante da Unesco no Brasil. A cultura é vital na agenda global de desenvolvimento pós-2015, enfatiza a Declaração de Florença. 9 nov. 2014. Disponível: <[http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/culture\\_is\\_vital\\_in\\_the\\_global\\_development\\_agenda\\_emphasizes\\_florence\\_declaration/#.Vf1fIGRViko](http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/culture_is_vital_in_the_global_development_agenda_emphasizes_florence_declaration/#.Vf1fIGRViko)>. Acesso em 20 de agosto de 2015.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. Creative Industries Report 2008. Disponível em: <[http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)>. Acesso em: set. 2009.