



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS MULTIDISCIPLINARES - CEAM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO, SOCIEDADE E
COOPERAÇÃO INTERNACIONAL – PPGDSCI

ISABEL DE FREITAS PAULA

SANTOS CIDADE CRIATIVA DO CINEMA -

A experiência de (trans)formação urbana e cidadã do Cinescola Querô

BRASÍLIA - DF

ISABEL DE FREITAS PAULA

SANTOS CIDADE CRIATIVA DO CINEMA -

A experiência de (trans)formação urbana e cidadã do Cinescola Querô

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Sociedade e Cooperação Internacional do Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares da Universidade de Brasília.

Área temática 3: Desenvolvimento e Políticas Públicas

Orientadora: Dra. Maria de Fátima Rodrigues Makiuchi

BRASÍLIA - DF

2019

ISABEL DE FREITAS PAULA

SANTOS CIDADE CRIATIVA DO CINEMA -

A experiência de (trans)formação urbana e cidadã do Cinescola Querô

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Sociedade e Cooperação Internacional do Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares da Universidade de Brasília.

Brasília, 09 de julho de 2019

Membros da banca examinadora:

Profa. Dra. Maria de Fátima Rodrigues Makiuchi (orientadora)

Profa. Dra. Doriana Daroit (examinadora)

Profa. Dra. Daniela Fávaro Garrossini (examinadora externa)

RESUMO

Esta dissertação consiste em um estudo de caso sobre a experiência do Cinescola Querô, na Região do Mercado Central de Santos (SP), área de alta vulnerabilidade social e degradação urbana, a fim de investigar como a cultura e a criatividade, no campo do audiovisual, podem impulsionar o desenvolvimento urbano sustentável em uma cidade membro da Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU) – *UNESCO Creative Cities Network (UCCN)*. O estudo de caso analisa a implementação do projeto Cinescola Querô, iniciativa central do Plano de Ação 2016-2019 apresentado pela Prefeitura de Santos para ingresso na RCCU, em 2015, como *Cidade Criativa do Cinema*. Busca-se compreender o papel da escola de cinema da periferia para a formação cidadã e profissional de jovens de baixa renda, acesso ao mercado de trabalho e sua relação com as mudanças urbanas no centro degradado. Para tanto, o trabalho envolve uma abordagem qualitativa, a partir do levantamento de bibliografia e referências teóricas sobre cultura, desenvolvimento e economia criativa, bem como da análise de documentos e realização de entrevistas com a comunidade do Cinescola Querô e gestores públicos. A pesquisa conclui que o Cinescola Querô, transformado em política pública municipal, teve impactos significativos na formação e na profissionalização de jovens em situação de vulnerabilidade, contribuindo para uma cidade mais inclusiva e humana. Sugere, dessa forma, um conceito mais amplo de cidade criativa, que vai além de uma visão restritiva associada à economia e à criatividade.

Palavras-chave: Cidade criativa. Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Economia criativa. Cinema. Desenvolvimento Urbano Sustentável.

ABSTRACT

This dissertation consists of a case study about the experience of Cinescola Querô in the Central Market Region of Santos (SP), an area of high social vulnerability and urban degradation, with the aim to investigate how culture and creativity, in the audiovisual field, can contribute to promoting sustainable urban development in a city that is a member of the UNESCO Creative Cities Network (UCCN). The case study analyzes the implementation of the project Cinescola Querô, a key-initiative of the 2016-2019 Action Plan presented by Santos City Hall to join the UCCN in 2015 as a UNESCO Creative City of Film. It seeks to understand the role of the cinema school in Santos' periphery in the training of low-income young people to become citizens and professionals, their integration into the labor market and its relationship with urban changes in the degraded city center. For this analysis, the research involves a qualitative approach, based on the bibliographical and theoretical references on culture, development and creative economy as well as document analysis and interviews with the community of Cinescola Querô and public managers. The study concludes that Cinescola Querô, transformed into municipal public policy, had significant impacts on the training and qualification of vulnerable young people, contributing to a more inclusive and humane city. It thus suggests a broader concept of the creative city, which goes farther beyond a restrictive view associated with economy and creativity.

Key-words: Creative City. UNESCO Creative Cities Network. Creative Economy. Film. Sustainable Urban Development.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Mapa da Rede de Cidades Criativas da UNESCO	44
FIGURA 2 – Percentual de cidades por segmento criativo	47
FIGURA 3 – Logomarca da UNESCO e da Cidade Criativa de Santos	60
FIGURA 4 – Jovens do Cinescola Querô em produção cinematográfica	62
FIGURA 5 – Vista aérea da orla de Santos e do maior jardim de praia do mundo	65
FIGURA 6 – Mapa da Baixada Santista	67
FIGURA 7 – Vila Criativa Vila Nova, na região do Mercado Central	69
FIGURA 8 – Cartaz original do filme Querô, 2007	74
FIGURA 9 – Galpão da Ecofábrica Criativa, onde seria instalado o Cinescola Querô	77
FIGURA 10 – Aula de marcenaria ecológica na Ecofábrica Criativa	77
FIGURA 11 – Alunos realizam atividade audiovisual em sala de aula	84
FIGURA 12 – Profissionais do Cinescola Querô e funcionários da Prefeitura	85
FIGURA 13 – Jovens na universidade	98

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Lista de Cidades Criativas da RCCU	45
QUADRO 2 – Números Oficinas Querô (2016)	88
QUADRO 3 – Números Querô na Escola (2016)	88
QUADRO 4 – Números Oficinas Querô e Formação continuada (2017)	90
QUADRO 5 – Números Querô na Escola (2017)	90
QUADRO 6 – Exibições, festivais e prêmios conquistados (2018)	92
QUADRO 7 – Números Oficinas Querô (2018)	94
QUADRO 8 – Números Querô na Escola (2018)	94
QUADRO 9 – Números Querô Comunidade (2018)	95
QUADRO 10 – Números Produtora Escola (2018)	96
QUADRO 11 – Questionário de Satisfação 2018	97

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANCINE – Agência Nacional do Cinema

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CONCULT – Conselho Municipal de Cultura

EUA – Estados Unidos da América

Firjan – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal do PNUD

Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MinC – Ministério da Cultura

Mondiacult – Conferência Mundial sobre Políticas Culturais

ODS – Objetivo de Desenvolvimento Sustentável

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

PMC – Plano Municipal de Cultura

PNEC – Plano Nacional de Economia Criativa

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

RBCCU – Rede Brasileira de Cidades Criativas da UNESCO

RCCU – Rede de Cidades Criativas da UNESCO

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEC – Secretaria da Economia Criativa

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio

SESC – Serviço Social do Comércio;

TIC – Tecnologias de Comunicação e Informação

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNIMONTE – Centro Universitário São Judas Tadeu - Campus Unimonte

UNISANTA – Universidade Santa Cecília

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 CULTURA E DESENVOLVIMENTO	15
1.1 A cultura no centro dos debates contemporâneos sobre desenvolvimento	15
1.2 Percurso das indústrias cultural e criativa até a economia criativa	20
1.3 O cinema e o antagonismo entre cultura e comércio	26
2 A CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE CIDADE CRIATIVA	31
2.1 Cultura e desenvolvimento urbano sustentável	31
2.1.1 O direito à cidade	34
2.2 Cidade criativa: muito além da economia e da criatividade	36
2.3 A Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU)	43
2.4 O Brasil na Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU)	50
2.5 Candidatura de Santos, Cidade Criativa do Cinema	58
2.5.1 Plano de Ação de Santos (2016-2019)	60
3 ECONOMIA CRIATIVA COMO PILAR DO DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL DE SANTOS	66
3.1 Contextualização do território: disparidades sociais em uma cidade pujante	66
3.2 Cinescola Querô: estudo de caso sobre o impacto do cinema na cidade criativa	72
3.2.1 Cinema como fator de revitalização da Região do Mercado Central	75
3.2.2 Trans(formação) humana e cidadã e ingresso no mercado de trabalho por meio do cinema	81

CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	105
ANEXO A – FORMULÁRIO DE CANDIDATURA À RCCU (2015)	112
ANEXO B – DECLARAÇÃO DE MISSÃO DA RCCU	120
ANEXO C – DECRETO SOBRE O COMITÊ SANTOS CIDADE CRIATIVA	121

INTRODUÇÃO

A contribuição fundamental da cultura e da criatividade para o desenvolvimento urbano sustentável é tema de amplo debate nos fóruns internacionais, especialmente em instituições como a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), agência da ONU que tem o tema no centro de seu mandato. Durante as últimas décadas, a Organização vem empreendendo esforços, por meio da construção de convenções, declarações, recomendações, programas e projetos de cooperação internacional, no sentido de sensibilizar os países-membros para a relevância, tanto em termos econômicos quanto sociais, da inserção da cultura nos planos de desenvolvimento urbano sustentável, em níveis nacional e local, como forma de promover cidades mais humanas, inclusivas e sustentáveis.

Uma das principais estratégias de indução ao desenvolvimento da cultura no ambiente urbano foi a criação, em 2004, da Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU), que, a cada dois anos, seleciona cidades destacadas em todo o mundo por ancorarem suas políticas urbanas na criatividade e no talento de seus moradores, fomentando a inovação e o empreendedorismo criativo. Há, no entanto, certa desconfiança quanto à efetividade das cidades criativas enquanto agentes de mudança da realidade econômica e social por meio da cultura, sendo o título de *Cidade Criativa* muitas vezes confundido com uma mera chancela ou grife, que seria utilizada como marketing pelas prefeituras com o intuito de atrair turismo, fama e dividendos políticos.

A importância desta pesquisa é tentar demonstrar, a partir da análise de um caso concreto no território, como a implementação do plano de uma cidade criativa, tarefa esta complexa e desafiadora, pode resultar em desenvolvimento urbano sustentável com transformação social e inclusão. Este estudo parece, ao que tudo indica, ser inédito no sentido de investigar a execução do plano de desenvolvimento de uma cidade criativa brasileira da RCCU. Ele torna-se mais relevante se considerarmos que, a despeito do enorme interesse mundial sobre cidades criativas, o tema ainda é pouco explorado no Brasil, merecendo aprofundamento em suas pesquisas e debates conceituais.

Este estudo de caso tem como objeto central o Cinescola Querô, instrumento fundamental proposto no Plano de Ação de Santos à RCCU para promover: a regeneração urbana na Região do Mercado Central, território degradado e de alta vulnerabilidade social,

e a capacitação e o ingresso no mercado de trabalho de jovens de baixa renda de escolas públicas dos bairros periféricos da cidade. O Plano de Ação prevê “a construção de uma ampla e espaçosa estrutura contemporânea com um cinema de 120 lugares para a comunidade e salas onde possam ser ministradas aulas para jovens que vivem em situação de vulnerabilidade social” (SANTOS, 2015, p. 11), ou seja, uma espécie de prédio icônico símbolo da cidade criativa.

O estudo de caso, focado no período entre 2016 e 2018, descreve a experiência do Cinescola Querô no bairro Vila Nova e sua contribuição para o alcance de dois objetivos locais da Cidade Criativa do Cinema na rede internacional:

1. Usar o cinema como fator de desenvolvimento urbano e revitalização de áreas degradadas e socialmente vulneráveis, por meio do Cinescola Querô;

Resultado esperado:

- recuperar uma área degradada da cidade por meio do desenvolvimento urbano sustentável

2. Aumentar as oportunidades de emprego para jovens através do projeto Cinescola, com foco em capacitação e integração sustentável no mercado de trabalho.

Resultados esperados:

- promover formação profissional em cinema
- promover o cinema em um ambiente sem acesso à cultura

A opção por focar a pesquisa no Cinescola Querô se deve ao fato de que a formação em audiovisual para jovens de baixa renda é interpretada neste trabalho como o embrião do processo de desenvolvimento do cinema em Santos, que culminou na sua seleção como *Cidade Criativa do Cinema* da RCCU. Como pode ser verificado na pesquisa, a produção do longa-metragem Querô com jovens da comunidade local, a partir de 2005, e a posterior realização das oficinas Querô estão na origem do que, 10 anos depois, em 2015, resultaria na proposta de candidatura à Rede e de criação do Cinescola Querô como política pública municipal.

Na base desta pesquisa está o interesse mais profundo e instigante de desvendar exemplos práticos de como a cultura pode ser colocada no centro da política de desenvolvimento urbano sustentável local e ser o fio condutor do processo de transformação de uma cidade. Nesse sentido, a investigação procura responder questões como:

- Quais as mudanças implementadas pela gestão municipal de Santos para o fortalecimento da economia criativa na *Cidade Criativa do Cinema*?
- Como o cinema pode contribuir para o processo de desenvolvimento urbano sustentável?
- Qual a importância do Cinescola Querô na promoção do setor criativo do cinema e na candidatura de Santos à RCCU?
- Como uma escola de cinema na periferia pode induzir o processo de transformação social e cidadã?

Para tanto, a metodologia utilizada foi qualitativa, buscando, de forma exploratória, realizar primeiro um levantamento bibliográfico e histórico, a partir de leituras, fichamentos, análise de documentos e interpretação de dados e informações relevantes. Depois, de 13 e 17 de março de 2019 em Santos, realizando entrevistas com gestores públicos, professores de cinema, dirigente, educadores e egressos do Cinescola Querô.

A pesquisa está estruturada em três capítulos:

O Capítulo *Cultura e desenvolvimento* destaca o processo de evolução desses dois conceitos, a partir de uma análise de seus referenciais teóricos, de instrumentos normativos e grandes marcos internacionais. Nesse capítulo é aprofundada a discussão sobre o caminho percorrido desde o surgimento do termo indústria cultural, a partir da crítica de Theodor Adorno e Max Horkheimer à exploração capitalista da cultura, passando pelo debate sobre o conceito renovado de indústria criativa, até se chegar ao tema mais recente da economia criativa, que está na base do conceito de cidade criativa. Nele também é apresentado o embate entre cultura e comércio, no âmbito do cinema, como forma de se discutir as duas facetas da cultura - a econômica e a simbólica - ambas relevantes para o desenvolvimento urbano sustentável.

O Capítulo *A construção do conceito de cidade criativa* é dividido em duas partes: a primeira põe em foco as bases de conceituação do termo desenvolvimento urbano sustentável, como ponto de partida para reflexões sobre a necessidade de mudanças no ambiente urbano, a partir do esgotamento do modelo de desenvolvimento capitalista industrial e pós-industrial, de forma a garantir a qualidade de vida e melhores condições sócioeconômicas para as comunidades nos assentamentos urbanos. De maneira introdutória à definição de cidade criativa, são feitas considerações sobre o direito à cidade, ou seja, a defesa de uma cidade centrada nas pessoas e na garantia de seus direitos ao espaço urbano e

aos benefícios locais, inclusive à cultura. A segunda parte do capítulo analisa o processo de construção do termo *cidade criativa*, ainda em transformação, apresentando diferentes visões de autores e especialistas no tema, bem como críticas e divergências a respeito de sua definição e utilização. Também descreve a construção e o funcionamento da RCCU, uma plataforma de troca de experiências internacionais entre cidades que apostam na cultura para o seu pleno desenvolvimento; as características e propostas das cidades brasileiras que integram a RCCU; e o processo de candidatura de Santos a cidade criativa, decorrente de um setor de audiovisual dinâmico, bem como o detalhamento do Plano de Ação 2016-2019 apresentado à Rede.

O Capítulo *Economia criativa como pilar do Desenvolvimento Urbano Sustentável de Santos* analisa, inicialmente, as condições sociais e econômicas de uma cidade abastada com excelentes indicadores socioeconômicos, mas que, como outras metrópoles, enfrenta grandes desafios para promover a igualdade social. É dado destaque especial à Região do Mercado Central no bairro Vila Nova, onde está localizado o Cinescola Querô, objeto principal do estudo. Nesse capítulo é possível analisar detalhadamente o papel decisivo da escola de cinema para jovens da periferia de Santos tanto como fator de revitalização urbana quanto de transformação e formação humana e cidadã, abrindo espaços para o ingresso desses jovens na universidade e no mercado de trabalho.

Consciente de que essa pesquisa não esgota as discussões sobre cultura e desenvolvimento nas cidades criativas brasileiras nem responde integralmente a todas as questões levantadas nessa introdução, a expectativa é que ela possa contribuir para um melhor entendimento do poder transformador da cultura e da sua importância nas estratégias de desenvolvimento urbano e social em metrópoles, cidades médias, pequenas e bairros. Trata-se de um esforço de investigação para averiguar, a partir de um exemplo municipal, como o Brasil está, à sua própria moda e de acordo com a realidade local, desenvolvendo suas cidades criativas, integrantes de uma rede internacional, aproveitando os recursos únicos e os ativos singulares de sua cultura rica e diversa.

1 CULTURA E DESENVOLVIMENTO

1.1 A CULTURA NO CENTRO DOS DEBATES CONTEMPORÂNEOS SOBRE DESENVOLVIMENTO

Após longo período em que prevaleceu o entendimento do papel da cultura mais circunscrito à valorização das artes e das letras e, mais tarde, à proteção do patrimônio cultural, a comunidade internacional inicia, nas últimas décadas do século XX, discussões sobre a intrínseca relação entre cultura e desenvolvimento. O marco histórico do debate sobre uma nova ótica da cultura no processo de desenvolvimento se dá, em 1982, no México, durante a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais (Mondiacult), na qual acontece uma profunda reflexão acerca do elo entre economia e cultura, entre desenvolvimento econômico e cultural e, ao mesmo tempo, vem à tona o princípio de uma política cultural baseada no respeito à diversidade.

O Mondiacult constitui-se em um divisor de águas para o surgimento de uma nova compreensão sobre o conceito de cultura, com o qual procuramos trabalhar nesse estudo, considerando os aspectos tangíveis e intangíveis da cultura para a construção de políticas de desenvolvimento. A Mondiacult tem uma definição mais alargada de cultura, utilizada desde então pela UNESCO:

o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças (UNESCO, 2002, p. 1).

A interface entre cultura e desenvolvimento aparece, de forma concreta, na Declaração do México sobre Políticas Culturais, a qual ressalta a contribuição da cultura para um modelo de desenvolvimento que possa fortalecer a independência, a soberania e a identidade das diferentes nações. O sentido humano é considerado como princípio e fim de todo e qualquer desenvolvimento:

Qualquer política cultural deve resgatar o sentido profundo e humano do desenvolvimento. Requerem-se novos modelos e é no âmbito da cultura e da educação que serão encontrados. Só se pode atingir um desenvolvimento equilibrado mediante a integração dos fatores culturais nas estratégias para

alcançá-lo; em consequência, tais estratégias deverão levar sempre em conta a dimensão histórica, social e cultural de cada sociedade (ICOMOS, 1982, p. 4).

Em 1992, a ONU reúne um grupo independente com proeminentes economistas, cientistas sociais, artistas e outros estudiosos, sob a coordenação do ex-secretário-geral das Nações Unidas Javier Pérez de Cuéllar, para explorar as interações entre cultura e desenvolvimento e discutir caminhos para o desenvolvimento sem perder o sentido de identidade e comunidade dos povos. O Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento, consolidado na publicação "Nossa diversidade criadora: relatório mundial de cultura e desenvolvimento da UNESCO", de 1995, foi destrinchado na Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento, realizada em Estocolmo em 1998, ano seguinte ao encerramento da Década Mundial do Desenvolvimento Cultural da ONU (1988-1997).

Entre outras importantes recomendações, o relatório defende que os Estados membros considerem a política cultural como um componente fundamental das estratégias de desenvolvimento sustentável.

[...] não faz sentido falar de 'relação entre cultura e desenvolvimento' como se tratassem de dois conceitos separados e estanques, já que o desenvolvimento e a economia fazem parte – ou são um aspecto – da própria cultura de um povo. Cultura, pois, não significa apenas um elemento do progresso material: ela é a finalidade última do 'desenvolvimento' definido como florescimento da existência humana em seu conjunto e em todas as suas formas (PÉREZ DE CUÉLLAR, 1997, p.33).

A contribuição intelectual do economista e ex-ministro da Cultura brasileiro, Celso Furtado, um dos membros da comissão independente, parece incorporada ao relatório, o qual nos remete à sua visão de que uma “política de desenvolvimento deve ser posta a serviço do processo de enriquecimento cultural” (FURTADO, 1984, p. 32) pois, dimensão fundamental do desenvolvimento das sociedades, dos grupos sociais e dos indivíduos, a cultura representa um único e insubstituível corpo de valores que alimenta o enriquecimento do patrimônio comum da humanidade, na medida em que as tradições de uma sociedade ou de um grupo social e suas formas de expressão são seus meios de afirmar sua presença no mundo (LOIOLA; MIGUEZ, 2007).

Em suas proposições para um novo desenvolvimento, Furtado sugere que a dimensão cultural passasse a ser considerada o seu centro, não periferia. Segundo Pacheco e Benini (2018), em meados do século XX, "Furtado trouxe ao debate ortodoxo de sua época uma

proposta que destoava das demais, justamente por não considerar o fortalecimento do capital como necessário para a reestruturação econômica do país” (PACHECO; BENINI, 2018, p.32). Para os autores, ao considerar o desenvolvimento à luz da dimensão cultural, Furtado inova ao propor que a criatividade seja posta a serviço da lógica dos fins, cooperando para o surgimento de uma sociedade de transformação social. Dessa forma é fortalecida a ideia de que a criatividade pode ser vetor de desenvolvimento dos países e, para tanto, as liberdades não são apenas seus fins primordiais, mas também seus principais meios.

Nesse sentido, cabe destacar que o fenômeno da criatividade está relacionado à garantia das liberdades de expressões culturais e artísticas dos diferentes povos e nações, respeitando identidades e diversidade. Em sintonia com essa ideia, em 2001, a UNESCO aprova a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, que eleva a diversidade cultural à condição de patrimônio comum da humanidade e uma das fontes do desenvolvimento, “entendido não somente em termos de crescimento econômico, mas também como meio de acesso a uma existência intelectual, afetiva, moral e espiritual satisfatória” (UNESCO, 2001, p.3).

A Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais é aprovada pela UNESCO em 2005 e ratificada pelo Brasil em 2007. Esse instrumento normativo internacional passa a ancorar as políticas culturais baseadas nas indústrias criativas, considerando tanto a dimensão cultural quanto econômica dos bens e serviços culturais, e reconhece que:

As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial (BRASIL, 2007).

A aprovação da Convenção da Diversidade Cultural, como é conhecida, que contou com o expressivo empenho de Gilberto Gil nas discussões na UNESCO, ministro da Cultura do governo Lula da Silva de 2003 a 2008, traz um novo impulso ao desenvolvimento das políticas culturais no Brasil, tendo continuidade na gestão de Juca Ferreira (2008-2011). O Plano Nacional de Cultura (PNC) 2010/2020, criado pela Emenda Constitucional 48 de 2005 e regulamentado pela Lei 12.343 de 2 de dezembro de 2010, tem como objetivo “orientar o

desenvolvimento de programas, projetos e ações culturais que garantam a valorização, o reconhecimento, a promoção e a preservação da diversidade cultural”.¹

Tendo como base as três dimensões da cultura – simbólica, cidadã e econômica – o PNC surge após um processo de construção coletiva e democrática, a partir de 2005, com a participação da sociedade civil e forte presença de agentes culturais de todo o país em fóruns, seminários e consultas públicas, acompanhado pelo Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC). O ápice do processo de democratização das discussões sobre os rumos das políticas culturais é a 1ª Conferência Nacional de Cultura, realizada em 2005, dando seguimento a uma série de conferências municipais e estaduais. Ali são consolidadas as bases para a implementação do Sistema Nacional de Cultura (SNC) em todo o território nacional, um novo modelo de gestão que buscava desenvolver, até 2020, políticas públicas conjuntas, participativas e duradouras com os estados e os municípios.

No texto de apresentação do caderno “Diretrizes Gerais do Plano Nacional de Cultura” (2008), assinada pelos então ministro da Cultura Juca Ferreira e Presidente da Câmara dos Deputados, Arlindo Chinaglia, eles destacam a ideia de garantia dos direitos culturais”:

Vivemos tempos de aprofundamento de nossa democracia e qualificação de políticas públicas. Conferências nacionais e outros processos participativos em áreas como educação, saúde e habitação propiciaram uma nova relação entre sociedade e Estado. Na cultura não poderia ser diferente. Inserido nesse contexto de busca de aprimoramento da gestão pública, o Plano Nacional de Cultura (PNC) é um mecanismo de planejamento para médio e longo prazo, propulsor de um esforço coletivo para assegurar os direitos culturais aos brasileiros (BRASIL, 2008a, n.p).

Em 2004, foi criado o programa Cultura Viva, outra importante iniciativa do MinC na busca do aprimoramento das políticas descentralizadas de desenvolvimento da cultura baseadas na autonomia e no protagonismo social. Dez anos depois, o programa foi transformado em política de Estado com a sanção da Lei 13.018/2014, que institui a Política Nacional de Cultura Viva. Tendo como carro-chefe a criação dos Pontos de Cultura, o Cultura Viva é reconhecido como uma das principais políticas culturais do Governo Lula, e calcula-se que tenha atingido entre 8 e 9 milhões de brasileiros, de 2004 a 2010 (IPEA, 2010). O período é marcado por expressivos investimentos em políticas públicas inclusivas, com repasse direto de recursos do orçamento federal para financiar projetos de coletivos

¹ BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano Nacional de Cultura**. Disponível em: <<http://pnc.cultura.gov.br/>>.

culturais, comunidades tradicionais, indígenas e quilombolas de todo o país. Durante sua implementação, o programa enfrenta problemas, passa por ajustes e acaba enfraquecido após sucessivas mudanças de gestão.

A compreensão estratégica das imensas possibilidades de o Brasil promover desenvolvimento econômico com inclusão social, aproveitando o potencial de suas riquezas culturais e a criatividade de seu povo, leva o MinC a criar a Secretaria da Economia Criativa (SEC) e o Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC) – Políticas, Diretrizes e Ações (2011-2014). De Marchi (2011) destaca que o documento do MinC segue o argumento da ONU, enfatizando a diversidade cultural como matéria-prima para as indústrias criativas. Mas faz questão de ressaltar a importância de a política agregar o pensamento de Celso Furtado, conectando diversidade cultural, economia criativa e um novo desenvolvimento baseado na “diversidade cultural regional brasileira”, ou seja, “nos saberes locais da população de diversas regiões do país, pois somente isso poderia alavancar um crescimento econômico endógeno e inclusivo” (DE MARCHI, 2014).

O pensamento de Furtado é de fato a base para a estruturação do Plano da SEC, enquanto política pública focada na realidade brasileira, estabelecendo como pressupostos para uma agenda de transformação social a inclusão social, a inovação, a sustentabilidade e a diversidade cultural, além da criatividade. No texto de apresentação do Plano, feito pela então secretária da Economia Criativa do MinC, Cláudia Leitão (2015b), ela analisa:

Celso Furtado lutou durante toda a sua vida por um desenvolvimento desconcentrador, fundamentado na diversidade cultural regional brasileira. E, por isso, foi um crítico inclemente das sociedades capitalistas e 'de sua forma sofisticada de controle da criatividade e de manipulação da informação'. O que afligia Furtado era a consciência de que 'a estabilidade das estruturas sociais não igualitárias estaria diretamente relacionada ao controle por grupos privados dos bens de produção da criatividade artística, científica e tecnológica e do fluxo de informações que brota dessa criatividade'. Grande defensor da inovação, o economista acentuava, no entanto, a necessidade de que o progresso tecnológico caminhasse *pari passu* com o acesso desses produtos a camadas mais amplas da sociedade brasileira (LEITÃO, 2015b; BRASIL, 2012, p. 12).

Considerando as crises sociais, econômicas, ambientais e culturais decorrentes de um modelo de desenvolvimento em decadência, fundamentado na acumulação da riqueza e do crescimento do PIB, Leitão aprofunda as reflexões sobre desenvolvimento a partir do pensamento crítico de Furtado, relacionando-o à ideia de criatividade, o que está reproduzido na obra “Criatividade e dependência na civilização ocidental”:

as sociedades necessitam de meios de defesa e adaptação, cuja eficácia reflete a aptidão de seus membros para formular hipóteses, solucionar problemas, tomar decisões em face da incerteza. Ora, a emergência de um excedente adicional [...] abre aos membros de uma sociedade um horizonte de opções; já não se trata de reproduzir o que existe, e sim de ampliar o campo do que é imediatamente possível [...]. O novo excedente, constitui, portanto, um desafio à inventividade. Em sua dupla dimensão de força geradora de novo excedente e impulso criador de novos valores culturais, esse processo libertador de energias humanas constitui a fonte última do que entendemos por desenvolvimento (FURTADO, 1984 *apud* BRASIL, 2012, p. 11-12).

1.2 PERCURSO DAS INDÚSTRIAS CULTURAL E CRIATIVA ATÉ A ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de economia criativa, sobre o qual pesam severas críticas em função da visão economicista de exploração da cultura e criatividade num contexto neoliberal, foi precedido por dois outros termos tão complementares quanto controversos: indústrias culturais e indústrias criativas. Portanto, antes de explorarmos as implicações da economia criativa, interpretação mais ampla dos setores relacionados à criatividade, consideramos necessário analisar os dois conceitos que a antecederam a fim de compreendermos a sua construção sem que, necessariamente, tenhamos de chegar a um consenso sobre ela.

O termo "indústrias culturais" – associado a formas de produção e consumo culturais – remonta aos primeiros trabalhos, nas décadas de 1930 e 1940, da Escola de Frankfurt, que denunciou duramente a mercantilização da arte, alegando que o processo deu legitimidade ideológica às sociedades capitalistas para a exploração de uma indústria cultural popular. As críticas de Adorno e Horkheimer (2002) se referem ao modo de fazer cultura a partir da lógica da produção industrial, associando a arte ao objetivo do lucro como se fosse um mero produto comercial. Essa visão crítica da cultura como empreendimento capitalista ainda tem força, especialmente no contexto do debate sobre a globalização e a ameaça da homogeneização cultural no mundo.

A partir de 1960, muitos especialistas começam a reconhecer que o processo de mercantilização da cultura não necessariamente resultaria em degeneração das expressões culturais, defendendo que o oposto acontece com frequência porque os bens e serviços gerados industrialmente (ou digitalmente) também apresentam muitas qualidades positivas. Consequentemente, na década de 1980, o termo indústrias culturais começa a ser usado nos

círculos políticos e acadêmicos com uma qualificação um pouco mais positiva (UNESCO, 2013).

Na década de 1980, o termo passa a ser adotado para cobrir campos mais diversificados como música, arte, escrita, moda, *design* e as indústrias de mídia (rádio, indústria, produção editorial, cinematográfica e televisiva). Na avaliação da UNESCO, o alcance das indústrias culturais não se limita à produção baseada em tecnologia, considerando que grande parte da produção cultural dos países em desenvolvimento é artesanal e que o investimento em artesanato rural tradicional, por exemplo, pode beneficiar os artesãos, gerando renda para suas famílias, especialmente em áreas onde as oportunidades são limitadas.

Já o termo “indústrias criativas”, que varia de um país para outro, se aplica a um conjunto produtivo muito mais amplo, incluindo os bens e serviços das indústrias culturais, bem como aqueles que dependem de inovação, dentre eles muitos tipos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) de software. A expressão começa a ser introduzida na formulação de políticas culturais na Austrália, em 1994, por meio do projeto “Creative Nation”, o qual defendia a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural. Também nos anos 90, o termo passa a ser adotado pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Ministério da Cultura do Reino Unido.

Segundo Miguez (2007), a definição de indústrias criativas mais utilizada pelos países, com algumas variações no que se refere aos setores criativos que as englobam, é a que o Ministério da Cultura inglês adotou em 1997, ao criar a Força Tarefa das Indústrias Criativas:

as indústrias criativas são aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm um potencial para geração de empregos e riquezas por meio da geração e exploração da propriedade intelectual. Isto inclui propaganda, arquitetura, o mercado de artes e antiguidades, artesanatos, *design*, *design* de moda, filme e vídeo, software de lazer interativo, música, artes cênicas, publicações, software e jogos de computador, televisão e rádio. (BRITISH COUNCIL, 2005a, *apud* MIGUEZ, 2007, p. 5).

Na definição da Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD, 2008), uma das instituições internacionais que se debruçou sobre o tema, advogando o poder das "indústrias criativas" para o crescimento econômico e

o desenvolvimento social dos países, dada sua capacidade de gerar emprego e renda, elas seriam:

os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como principais insumos. Elas compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento e que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo, valor econômico e voltado para o comércio (UNCTAD, 2008, p. 4).

A UNCTAD (2012, p. 8-9), classifica as indústrias criativas em quatro grandes grupos:

- Patrimônio. O patrimônio cultural é identificado como a origem de todas as formas de arte e a alma das indústrias cultural e criativa. É o ponto de partida da classificação. É o patrimônio que une os aspectos culturais dos pontos de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social, influencia a criatividade e se caracteriza como a origem de uma gama de produtos e serviços patrimoniais, além de atividades culturais. Esse grupo é, portanto, dividido em dois subgrupos:
 - Expressões culturais tradicionais: artesanato, festivais e celebrações; e
 - Locais culturais: sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições, etc.
- Artes. Este grupo inclui as indústrias criativas baseadas puramente na arte e na cultura. O trabalho artístico é inspirado pelo patrimônio, valores de identidade e significado simbólico. Este grupo é dividido em dois grandes subgrupos:
 - Artes visuais: pinturas, esculturas, fotografia e antiguidades; e
 - Artes cênicas: música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc.
- Mídia. Este grupo abrange dois subgrupos de mídia que produzem conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes públicos (“novas mídias” recebem uma classificação separada);
 - Editoras e mídias impressas: livros, imprensa e outras publicações; e
 - Audiovisuais: filmes, televisão, rádio e demais radiodifusões.
- Criações funcionais. Este grupo constitui indústrias mais impulsionadas pela demanda e voltadas à prestação de serviços, com a criação de produtos e serviços que possuam fins funcionais. Divide-se nos seguintes subgrupos:
 - Design*: interiores, gráfico, moda, joalheria, brinquedos;
 - Novas mídias: arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais;
 - Serviços criativos: arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais.

Em sua dissertação de mestrado na Universidade Federal de Goiás (UFG), “A Rede de Cidades Criativas da UNESCO: uma perspectiva das cidades brasileiras”, Ferreira (2017) argumenta que “a indústria criativa pode ser vista como uma renovação semântica, criada de forma a neutralizar a visão crítica da indústria cultural” (BENDASSOLI *et al.*, 2009 *apud* FERREIRA, 2017, p. 44). Indústria criativa seria, segundo sustenta, nome fantasia de

indústria cultural. O pesquisador também tece críticas à profusão de nomenclaturas associadas ao “criativo” com viés econômico, ressaltando que isso tem provocado a disseminação de simplificações e certo esvaziamento dos conceitos ainda em transformação, entre os quais acrescentaríamos “economia criativa”.

O termo "economia criativa" torna-se popular em 2001, quando o escritor britânico e gerente de mídia John Howkins publica a obra "The Creative Economy: how people make money from ideas" – publicada em português com o título “A economia criativa: como ganhar dinheiro a partir de ideias” –, aplicando o conceito a 15 indústrias que vão desde as artes até a ciência e tecnologia. A noção, bastante ampla, envolve a relação entre criatividade e economia, abrangendo não só bens e serviços culturais, mas também brinquedos e jogos, assim como todo o escopo de "pesquisa e desenvolvimento" (P&D), áreas que não seriam consideradas “culturais” (UNESCO, 2013). De acordo com os cálculos de Howkins, em 2000, a economia criativa representava um total de 2,2 trilhões de dólares em todo o mundo e vinha crescendo anualmente a uma taxa de 5%.

A “economia criativa” é definida pela UNCTAD (2012, p. 10) como um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico com as seguintes características:

- estimula a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
- envolve aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.
- é um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e 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.
- no centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

A pesquisadora brasileira Ana Carla Reis considera a economia criativa um desdobramento da economia do conhecimento: “à presença fundamental do saber, da tecnologia e da rede, a economia criativa agrega outro traço crucial: a cultura”. Reis ressalta ainda que “como os ciclos de desenvolvimento de produtos estão cada vez mais curtos e os bens e serviços estão mais padronizados, os ativos intangíveis (incluindo a cultura) tornam-se diferenciais econômicos”. Acrescenta ainda que “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” (REIS; KAGEYAMA, 2011, p. 31) e que essa é uma das razões pelas quais o talento criativo passa a ser tão cobiçado pelas cidades.

No sentido de compreender uma economia criativa mais adequada à realidade brasileira, faz-se necessário lembrar, mais uma vez, que, embora o conceito tenha se popularizado mundialmente nos anos 2000, um novo desenvolvimento pautado na criatividade já era prenunciado décadas antes pelo economista brasileiro Celso Furtado, primeiro ministro da Cultura da Nova República. Ao confrontar a ideia do desenvolvimento global prevalente como formação de capacidade produtiva e acumulação de capital, Furtado defende que o desenvolvimento é, principalmente, um processo de ativação e canalização de forças sociais, de avanço da capacidade associativa, de exercício da iniciativa e da inventividade, ou seja, um processo social e cultural, e só ancilarmente econômico (FURTADO, 1983 *apud* PACHECO; BENINI, 2018).

Inspirado nas ideias de Furtado, o Plano Nacional da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014) considera a economia criativa

a partir 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).

Os setores criativos, segundo o plano, compreendem todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica. Eles vão além dos setores denominados como tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema), englobando outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao *design*, à arquitetura entre outros (BRASIL, 2012).

Apesar da descontinuidade da política nacional de promoção da economia criativa, o setor registra um processo dinâmico no País nos últimos anos, conforme atesta a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), responsável pela produção, desde 2008, do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, principal avaliação periódica sobre o comportamento da indústria criativa brasileira. A pesquisa engloba 13 segmentos criativos, agrupados em quatro grandes áreas criativas: Consumo (*Design*, Arquitetura, Moda e

Publicidade & *Marketing*); Mídias (Editorial e Audiovisual); Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC). O Mapeamento da Indústria Criativa 2019 compara os dados do período entre 2015 e 2017 com o biênio anterior (2013 a 2015), revelando que, apesar da crise econômica e da redução de empregos no Brasil, a indústria criativa se mantém estável (FIRJAN, 2019).

Conforme o Mapeamento da Indústria Criativa 2019, sob a ótica da produção, a participação do PIB criativo no PIB brasileiro representou 2,61% de toda a riqueza produzida no Brasil, totalizando R\$ 171,5 bilhões em 2017. A pesquisa da Firjan aponta que o montante é “comparável ao valor de mercado da Samsung ou à soma de quatro das maiores instituições financeiras globais (American Express, J.P.Morgan, Axa e Goldman Sachs)” (2019, p. 4). Na análise do Mercado de Trabalho formal, informa que a Indústria Criativa contou com 837,2 mil profissionais formalmente empregados em 2017, a despeito do cenário econômico adverso em que 1,7 milhão de postos de trabalho foram encerrados entre 2015 e 2017.

Outro aspecto importante revelado pelo estudo da Firjan é o fato de os setores criativos pagarem remunerações superiores à média da economia, o que foi observado nas quatro áreas pesquisadas: “enquanto o rendimento médio mensal do trabalhador brasileiro foi de R\$ 2.777,00, o dos profissionais criativos, usualmente mais qualificados, foi 2,4 vezes superior e atingiu R\$ 6.801,00” (RAIS, 2017 *apud* FIRJAN, 2019, p. 15). Tais dados referendam a ideia de que os diferentes setores das indústrias criativas têm forte potencial para alavancar o desenvolvimento, abrindo novas oportunidades no mercado de trabalho e gerando renda mesmo em ambiente de crise econômica.

No que se refere ao setor audiovisual brasileiro, um dos mais expressivos da indústria criativa brasileira, este se encontra vinculado atualmente à Secretaria Especial da Cultura do novo Ministério da Cidadania, que recebeu as atribuições do extinto MinC. O setor possui uma secretaria própria, um Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional de Cinema (ANCINE), todos órgãos responsáveis pelas políticas de fomento e regulação das atividades de audiovisual.

A Secretaria do Audiovisual (SAV), criada em 1992, tem na sua estrutura a Cinemateca Brasileira, em São Paulo, e o Centro Técnico Audiovisual (CTAv), localizado no Rio de Janeiro, e possui como competências a formação, produção inclusiva, regionalização, difusão não comercial, democratização do acesso e preservação dos

conteúdos audiovisuais brasileiros, respeitadas as diretrizes da Política Nacional do Cinema e do Audiovisual e do PNC (SAv).

Criada em 2001, a ANCINE é uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. Trata-se de uma autarquia especial, vinculada ao Ministério da Cidadania e administrada por uma diretoria colegiada composta por um diretor-presidente e três diretores, todos com mandatos fixos, aos quais estão subordinadas cinco Superintendências: Análise de Mercado, Desenvolvimento Econômico, Fiscalização, Fomento e Registro, além das Secretarias Executiva, de Gestão Interna e de Políticas de Financiamento. Em 2017, a agência disponibilizou mais de R\$ 435 milhões do Fundo Setorial Audiovisual (FSA), por meio de chamadas públicas, repasses aos programas existentes e descentralização de recursos a outros órgãos da administração pública federal (ANCINE, 2016).

Dados da agência confirmam a força do mercado audiovisual na economia brasileira, setor que enfrenta desafios, mas que vem se fortalecendo com expressiva produção e números recordes de estreias, de público e de sucesso internacional. O valor adicionado pelo setor audiovisual à economia cresceu, em termos nominais, 192% entre 2007 e 2014, chegando a R\$ 24,5 bilhões em renda gerada nesse último ano. Em termos reais, o crescimento médio anual foi de 8,8% entre 2007 e 2013, quando a participação do setor no PIB brasileiro foi de 0,54% (ANCINE, 2016).

A fim de compreendermos a relação embrionária do setor audiovisual com a economia criativa, o próximo capítulo busca fazer um relato histórico das disputas econômicas e políticas mundiais em torno do cinema. A ideia é analisar, de forma crítica, a evolução das discussões ocorridas na arena internacional e seus impactos sobre um dos setores mais pujantes da indústria cultural desde o início do século passado, ou seja, uma fase anterior ao surgimento das novas mídias e dos conceitos de indústria criativa e economia criativa, quando se passa a usar o termo audiovisual.

1.3 O CINEMA E O ANTAGONISMO ENTRE CULTURA E COMÉRCIO

O setor audiovisual está no centro da mais longa e tensa história de disputas pelo mercado de bens e serviços culturais no mundo, que colocou de um lado os Estados Unidos (EUA), defensores das regras de livre comércio para o mercado de bens e serviços culturais,

e de outro lado a França e aliados europeus, favoráveis ao tratamento diferenciado aos produtos culturais nos acordos comerciais. O embate político sobre a interface cultura e comércio remonta aos anos 1920-30, quando países europeus decidem proteger sua indústria cinematográfica contra o ingresso massivo dos filmes americanos na Europa e a consequente ameaça às culturas nacionais. São então estabelecidas cotas de tela para exibição das produções dos EUA nos cinemas europeus.

Após a Segunda Guerra Mundial, em meio ao processo de reconstrução das economias europeias destruídas pela guerra, os Estados Unidos lançam o Plano Marshall e exigem, como contrapartida para a ajuda financeira, o abrandamento da política de cotas de telas. Nas décadas seguintes, permanece a animosidade de posições entre a França, defensora do tratamento especial dos produtos culturais nos acordos internacionais e da chamada “exceção cultural”, e os Estados Unidos, para os quais os mercados internacionais do audiovisual deveriam ser liberados no âmbito das negociações comerciais.

Enquanto isso, no campo teórico, Theodor Adorno e Marx Horkheimer cunham, em 1940, o conceito de indústria cultural em substituição à expressão “cultura de massa”, lançando uma profunda crítica à maneira como a sociedade moderna estava lidando com a cultura, transformando a arte em mercadoria, como já mencionado. As reflexões de Adorno se encaixam perfeitamente no contexto da época para entender como a cultura começou então, e a partir dali de forma cada vez mais veloz, a ser caracterizada como objeto de consumo.

As disputas comerciais em torno do cinema seguem ao longo das décadas seguintes e estão na base da chamada “guerra não declarada” entre Estados Unidos e Europa, liderada pela França com apoio de outros países como o Canadá, que teve como arena central a UNESCO, durante as discussões em torno da aprovação, em 2005, da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. O relato da diplomata Vera Álvarez expõe as divergências à época.

Duas visões opõem-se na arena na qual vicejaram as contradições e os antagonismos que fizeram surgir a Convenção:

- 1) a visão, defendida pelos EUA, de que bens e serviços culturais constituem ‘produtos de entretenimento’ e, como qualquer produto, devem ser submetidos às regras da Organização Mundial do Comércio (OMC), as quais preconizam a progressiva liberalização dos mercados nacionais à entrada de produção estrangeira sem qualquer discriminação de nacionalidade; e 2) a visão, defendida pela França e pela Europa em geral, de que bens e serviços culturais não podem

ser considerados meros produtos comerciais, porque são portadores de valores, ideias e sentidos, e formam a expressão da identidade dos povos e comunidades (ÁLVAREZ, 2008, p. 20).

A defesa de uma convenção internacional para proteger e promover a diversidade das expressões culturais surge, portanto, na esteira de uma disputa Norte-cêntrica por mercado, que colocava em xeque não só os interesses dos EUA pelo livre-comércio, prejudicial ao restante do mundo, mas também a tese da “exceção cultural” à francesa, que, se interpretada como política protecionista, poderia ser estendida a outros setores relacionados à cultura, como a agricultura, trazendo riscos para países em desenvolvimento como o Brasil, interessados na flexibilização dos mercados para a venda de produtos agrícolas.

Nesse sentido, a tese da “exceção cultural” enfraquece, sendo superada e substituída pelo conceito de “diversidade cultural”. No final da década de 1990, França e Canadá, principais defensores da “exceção cultural”, passam a advogar em prol da diversidade cultural como contraponto à possível homogeneização cultural e ao perigo dos mercados controlados pelos grandes oligopólios culturais. Abre-se então a discussão sobre a necessidade de estabelecimento de um novo instrumento normativo internacional sobre a diversidade cultural a fim de se transferir o debate sobre bens e serviços culturais da OMC (Organização Mundial do Comércio) para a UNESCO por ser o organismo da ONU responsável pelo mandato da cultura. Em paralelo, os EUA fazem uma verdadeira corrida contra o tempo para aprovar acordos bilaterais de livre-comércio com cláusulas de fornecimento de produtos e serviços audiovisuais a vários países (ÁLVAREZ, 2008).

Em 2001, a UNESCO aprova a Declaração Universal sobre Diversidade Cultural, que considera a diversidade cultural como “patrimônio comum da humanidade” (UNESCO, 2002, p. 3). Em 2003, em meio ao processo de discussão da nova Convenção, os EUA retornam para a UNESCO, depois de quase 20 anos afastados por discordarem do tratamento que estaria sendo dado pela Organização às reivindicações do Terceiro Mundo. A saída do Estado-membro se dera, ainda na década de 1980, como reação contra o debate sobre uma “Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação” que, segundo os EUA, imporiam restrições ao livre fluxo de informações. Em 2011, os EUA se retiram novamente, suspendendo o apoio financeiro à UNESCO em represália contra o ingresso da Palestina como Estado-membro da Organização.

Mesmo com sua forte articulação na arena internacional, os EUA não conseguem derrubar o novo instrumento normativo internacional. Em 2005, é aprovada a Convenção da Diversidade Cultural com 148 votos a favor, 2 contra (EUA e Israel) e 4 abstenções (Austrália, Honduras, Nicarágua e Libéria). Os países passam a contar com um instrumento focado na defesa das identidades culturais e dos direitos dos povos de promover suas próprias culturas e que estabelece a soberania dos países na implementação de suas políticas culturais nacionais. Muitos governos passam a estabelecer medidas para regulação da importação de produtos culturais, impedindo a entrada em massa de produções estrangeiras em seus territórios.

Nações como o Brasil, com potencial ainda restrito de exportação de suas expressões culturais, dispõem então de um marco legal internacional da cultura, que tem como um dos desafios em sua implementação promover o reequilíbrio do comércio de bens e serviços culturais no mundo. A Convenção é rapidamente incorporada pelos países em desenvolvimento em seus planos e políticas públicas culturais. A noção mais alargada da cultura e a compreensão do papel crucial da criatividade, da economia criativa e da diversidade cultural para resolver desafios do desenvolvimento sustentável passam a inspirar programas, planos e políticas em várias partes do mundo.

Ao analisar os 10 anos de implementação da Convenção da Diversidade Cultural, em 2015, a UNESCO conclui que ainda não tinha sido atingido um equilíbrio equitativo no que se refere ao fluxo de bens e serviços culturais no mundo, embora, entre 2004 e 2013, tenha havido avanços e aumento contínuo na participação dos países em desenvolvimento no total das exportações de produtos culturais, especialmente nas artes visuais. Segundo o relatório “Repensar as políticas culturais: 10 anos de promoção da diversidade das expressões culturais para o desenvolvimento”, publicado pela UNESCO em 2016, os fluxos de serviços culturais, como mídias audiovisuais, ainda são em grande parte dominados pelos países desenvolvidos. Os EUA estão em primeiro lugar e respondem por 52,4% das exportações mundiais de serviços culturais em 2012. Entre 2004 e 2013, a parcela de exportações de audiovisual, serviços relacionados e direitos de reprodução dos EUA para países em desenvolvimento aumentou de 11,34% para 20,28% (UNESCO, 2016b).

Diante dos processos de globalização e do desenvolvimento acelerado das tecnologias de comunicação e informação, com forte impacto sobre a produção e difusão no mercado audiovisual, a Convenção incorpora ainda o desafio de ajudar a reduzir os riscos

de desequilíbrios entre países ricos e pobres, de homogeneização cultural e até de extinção de culturas. No centro das preocupações está a dicotomia inerente ao mundo globalizado, amplificado pelas novas tecnologias, que de um lado aproximam culturas, favorecendo o diálogo intercultural, e de outro lado, as homogeneizam, descaracterizam e até as eliminam (ÁLVAREZ, 2008).

A fim de abordarmos o conceito de cidade criativa, fundamental para essa pesquisa localizada em Santos, *Cidade Criativa do Cinema*, procuramos analisar o conceito de Desenvolvimento Urbano Sustentável. Tal conceito está diretamente ligado à Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU) porque uma das estratégias principais da RCCU é fazer com que as cidades criativas insiram a cultura, por meio de seus sete campos criativos, nos planos locais de desenvolvimento urbano sustentável e, dessa forma, contribuam para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU e para a implementação da Nova Agenda Urbana.

2 A CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE CIDADE CRIATIVA

2.1 CULTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL

O tema do Desenvolvimento Urbano Sustentável se insere no rol das preocupações mundiais debatidas em fóruns sobre sustentabilidade nas últimas décadas do século XX, sendo referenciais a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em 1972 em Estocolmo (Suécia), a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), mais conhecida como Rio 92 e ECO-92, ocorrida no Rio de Janeiro, e a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em 2012. As discussões no Rio culminam na Agenda 21, e depois na Agenda 21 da Cultura, além de outros instrumentos, programas e iniciativas internacionais voltados para o enfrentamento dos problemas decorrentes de um modelo de desenvolvimento insustentável e ameaçador à preservação do planeta e à qualidade de vida da população.

Florescem, portanto, em terras cariocas os debates mais amadurecidos sobre “sustentabilidade” na virada do século. O termo “sustentável” torna-se então, e cada vez mais, praticamente um mantra no discurso de ecologistas, intelectuais, gestores públicos, acadêmicos, imprensa e sociedade em geral, pautando políticas públicas nas mais distintas áreas. Assim como o vocábulo “criativo” nos tempos atuais, a palavra sustentável é massificada e excessivamente explorada em associação a expressões tais como: desenvolvimento, economia, indústria, ambiente, ecologia, comunicação, organização, planejamento, gestão, projeto, turismo, rede, arquitetura, educação, distrito, cidade, bairro, vila, comunidade etc.

É, de fato, neste período de 20 anos entre a Rio 92 e a Rio+20 que a comunidade internacional atenta para o alerta sobre o colapso do desenvolvimento baseado no crescimento econômico e na exploração dos recursos naturais, em detrimento das dimensões cultural, social e ambiental, e incorpora, de maneira irreversível, o tema da sustentabilidade em sua agenda. Por meio da Agenda 21, focada na compatibilização entre conservação ambiental, justiça social e crescimento econômico, são estabelecidos os princípios do “desenvolvimento sustentável”, este entendido como um conjunto de medidas necessárias

para satisfazer as necessidades da população, respeitando normas ecológicas de forma a não prejudicar as gerações futuras.

Ao levantar os problemas mais prementes do planeta, a Agenda 21 procura preparar o mundo para os desafios do século XXI, buscando consenso e compromisso político das nações quanto ao desenvolvimento e à cooperação ambiental. Em 2004, cidades e governos locais de todo o mundo aprovam a Agenda 21 da Cultura, apresentada no IV Fórum de Autoridades Locais de Porto Alegre para a Inclusão Social, no marco do Fórum Universal das Culturas em Barcelona. Com a aprovação do documento, as cidades reconhecem os aspectos críticos do desenvolvimento cultural no mundo e assumem o compromisso de fazer com que a cultura seja chave das suas políticas urbanas.

Segundo a UNCTAD (2012), a sustentabilidade cultural implica um processo de desenvolvimento que mantém todos os tipos de ativos culturais, desde os idiomas das minorias e rituais tradicionais até trabalhos artísticos, artefatos e prédios e locais patrimoniais. São as indústrias criativas conjuntamente coordenadas com as políticas culturais que fornecem as estratégias para aquisição de investimentos a fim de desenvolver e promover a indústria cultural de uma forma sustentável. As indústrias criativas participam diretamente no desenvolvimento sustentável.

Os princípios relativos ao Desenvolvimento Urbano Sustentável são estabelecidos no Capítulo 7 da “Agenda 21 global”, que trata da promoção do desenvolvimento sustentável dos assentamentos humanos, com o “objetivo de melhorar a qualidade social, econômica e ambiental dos assentamentos humanos e as condições de vida e de trabalho de todas as pessoas, em especial das pessoas sem rendimentos de áreas urbanas e rurais” (BRASIL, 1992, online). A Agenda destaca também a relevância das iniciativas das autoridades locais, como nível de governo mais próximo do povo, uma vez que a maioria dos problemas e soluções para o desenvolvimento sustentável têm suas raízes nas atividades locais. Nesse sentido, os governos locais são instados a realizar um processo de consulta da população e, de maneira consensual com as comunidades, desenvolver uma “Agenda Local 21”.

Poucos anos após a Rio 92, em 1996, Istambul (Turquia) abriga a Conferência Habitat II – Cimeira da Cidade –, na qual é construído um Plano de Ação Global, a Agenda Habitat, com diretrizes para a criação de assentamentos humanos sustentáveis durante o século XXI. O plano de ação busca estimular “uma mobilização global de ação em todos os níveis, a fim de alcançar o desenvolvimento sustentável de todas as cidades, vilas e aldeias

em todo o mundo” (BRASIL, 1992, on-line) nas primeiras duas décadas do século vindouro, seguindo para isso princípios do Desenvolvimento Urbano Sustentável.

Vinte anos depois da Habitat II, em 2016, é realizada no Equador a Terceira Conferência das Nações Unidas sobre Moradia e Desenvolvimento Urbano Sustentável – Habitat III –, na qual os países adotam a Declaração de Quito sobre Cidades e Assentamentos Humanos Sustentáveis para Todos – a chamada Nova Agenda Urbana (2017) – com compromissos e orientações para a urbanização sustentável nos 20 anos seguintes, ou seja até 2036. A Nova Agenda Urbana reflete os desafios contemporâneos decorrentes de um cenário em que mais da metade da população mundial já ocupa as cidades e com previsão de que, até 2050, haja um crescimento para dois terços dos habitantes vivendo em cidades.

Como contribuição para o Habitat III, a UNESCO publica o Relatório Global sobre a Cultura para o Desenvolvimento Urbano Sustentável, intitulado “Cultura: futuro urbano” (UNESCO, 2016a). No relatório, defende a integração da cultura às políticas urbanas como um recurso único para promover a regeneração urbana e a inovação, o desenvolvimento social, econômico e ambiental. O relatório informa que, pela primeira vez na história, a humanidade é predominantemente urbana, totalizando 3,7 bilhões de pessoas vivendo em cidades, ou seja 54% da população mundial. E alerta: até 2030, cinco bilhões de pessoas habitarão as áreas urbanas. Diante deste quadro, frisa que a cultura tem poder para: promover cidades mais humanizadas e inclusivas centradas nas pessoas; melhorar a qualidade dos ambientes urbanos e naturais e integrar políticas urbanas para o desenvolvimento urbano sustentável.

Os ambientes urbanos são então identificados pela UNESCO como espaços centrais onde devem ser focados os esforços para a superação da pobreza, das desigualdades sociais e econômicas, a promoção da paz, da coesão social e da sustentabilidade. Ao investir no estímulo à criatividade e no fortalecimento das indústrias criativas e culturais, as cidades podem contribuir para a diversificação da economia e a geração de empregos, a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, o reforço do tecido social urbano, a promoção da diversidade cultural e a proteção do meio ambiente (UNESCO, 2016a).

Nesse sentido, a Nova Agenda Urbana, que renova os esforços para implementação da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU, também reconhece que a “cultura e a diversidade cultural são fontes de enriquecimento para a humanidade e provêm uma contribuição importante para o desenvolvimento das cidades” (ONU-HABITAT, 2017,

p. 4). Na Agenda 2030, cabe destacar a relevância da cultura implícita no ODS 11: “tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis”, e, mais especificamente, na Meta 11.4: “fortalecer os esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo” (PNUD, 2016, p. 25-26). O cumprimento de tal ODS requer ações no ambiente urbano tanto de proteção e promoção do patrimônio quanto de estímulo às indústrias criativas nas cidades, segundo a UNESCO.

Em âmbito nacional, é importante destacar os avanços alcançados para o desenvolvimento urbano sustentável a partir de dois marcos cruciais: a inclusão, pela primeira vez, da “cidade” na Constituição Federal em 1988, nos artigos 182 e 183 no Capítulo de Política Urbana, uma ação decorrente de históricas reivindicações populares em defesa da reforma urbana, do direito à cidade, à habitação, ao acesso a melhores serviços públicos e a uma vida urbana digna para todos; e a construção do Estatuto da Cidade, aprovado em 2001 por meio de lei federal, que regulamenta os dois artigos constitucionais. O Estatuto estabelece os princípios da política de desenvolvimento urbano e da função social da propriedade, com diretrizes para a elaboração do Plano Diretor municipal, prevendo a gestão democrática das cidades e o direito de participação da sociedade nas decisões de interesse público (BRASIL, 2008b).

2.1.1 O direito à cidade

Antes de avançarmos para o conceito de cidade criativa, crucial nesse estudo e foco do próximo capítulo, mostra-se fundamental discutir a definição de “cidade”, bem como a questão essencial do “direito à cidade”. O objetivo aqui é pensar a cidade, em primeiro lugar, a partir da sua dimensão humana, sem a qual, defendemos, ela não pode ser criativa. Ou seja, considerar a cidade a partir das pessoas que nela vivem, não só enquanto aglomerado de habitantes que formam o “povoado” e o ambiente urbano, mas, principalmente, como indivíduos e sujeitos de direitos e talentos que compõem o coletivo do lugar.

O filósofo Henri Léfèbvre foi, sem dúvida, um dos intelectuais que mais estudou as cidades. No seu conhecido livro “O direito à cidade”, lançado não à toa no calor das manifestações populares e da academia em defesa de direitos nas ruas de Paris, em 1968, ele define a cidade como “a projeção da sociedade sobre o terreno” (2001, p. 64) e “uma realidade presente, um dado prático, sensível e arquitetural” (2001, p. 57). Em “A revolução

urbana”, de 1970, em relação ao urbano afirma que “é uma forma pura: o ponto de encontro, o lugar de reunião, a simultaneidade” e que, portanto, “não o vemos” (LÉFÈBVRE, 2004, p. 159).

Em sintonia com tal ideia, o geógrafo brasileiro Milton Santos determina a diferença entre “urbano”, que seria o abstrato, o geral e o externo, e a “cidade”, a qual seria o particular, o concreto e o interno. A cidade seria para Santos, ao mesmo tempo, uma região e um lugar (SANTOS, 1994).

Em comum, as obras de ambos os autores trazem, em sua base, a crítica ao modelo de cidade criado a partir do processo de industrialização e de disseminação do capitalismo, que provoca a segregação socioeconômica e a apropriação desigual do espaço público por seus moradores. A cidade oriunda do capitalismo semeia, em primeiro lugar, pólos de pobreza, denuncia Santos. Nesse sentido, cabe destacar o direito à cidade enquanto direito do cidadão de não ser excluído dos benefícios da vida urbana nesse lugar concreto, por onde circula tanto o capital como os trabalhadores e demais sujeitos detentores de direitos humanos, sociais, econômicos, políticos e culturais.

David Harvey foi outro teórico marxista que, ao lado de Léfèbvre, sugere que “a liberdade de fazer e refazer as nossas cidades, e a nós mesmos” é “um dos nossos direitos humanos mais preciosos e ao mesmo tempo mais negligenciados” (HARVEY, 2013, p.74). E frisa que o direito à cidade não é individual, mas coletivo:

A questão de que tipo de cidade queremos não pode ser divorciada do tipo de laços sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos desejamos. O direito à cidade está muito longe da liberdade individual de acesso a recursos urbanos: é o direito de mudar a nós mesmos pela mudança da cidade. Além disso, é um direito comum antes de individual já que esta transformação depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização. (HARVEY, 2013, p. 74).

Cabe aqui, portanto, introduzir o próximo capítulo com uma breve menção ao nosso entendimento preliminar sobre cidade criativa como aquela que, além de concentrar profissionais criativos e uma indústria criativa pulsante, garante, antes de tudo, direitos aos seus cidadãos, os verdadeiros agentes da criatividade, inventividade e inovação, que são o motor da economia criativa e os grandes propulsores das transformações sociais. Nesse sentido, de maneira introdutória à descrição sobre cidade criativa, cujo aspecto humano e humanizador será explorado com profundidade no capítulo sobre Santos, destacamos o

importante trabalho de Charles Landry sobre o conceito de cidade criativa, no qual ele frisa que o recurso crucial das cidades são as pessoas.

2.2 CIDADE CRIATIVA: MUITO ALÉM DA ECONOMIA E DA CRIATIVIDADE

O conceito de cidade criativa surge em um contexto global de busca por alternativas de desenvolvimento urbano que pudessem ajudar a superar a falência do modelo de cidade industrial e pós-industrial, cujos problemas culminaram em grave crise urbana de proporções cada vez mais crescentes e desafiadoras. O esvaziamento das áreas centrais das cidades industriais, o aumento significativo da população urbana e do desemprego e a fuga de capital (VIVANT, 2012) aliados, principalmente, às grandes transformações mundiais das últimas décadas – em especial o fenômeno da globalização e o uso das novas tecnologias de comunicação e informação – foram fatores determinantes para o desabrochar das cidades criativas.

Na sociedade pós-industrial, a cidade passa a ter um papel central nas estratégias de promoção da sustentabilidade e de ressignificação de espaços anteriormente ocupados por promissoras fábricas. Zonas centrais de cidades antes vitais evidenciam sua situação de degradação, começando a exigir medidas de recuperação urbana e dinâmicas inovadoras de desenvolvimento, a partir de políticas urbanas. Novas demandas por parte dos cidadãos também surgem, impulsionadas pela necessidade de abertura de novos empregos e geração de renda em um cenário marcado por crises econômicas e estagnação do modelo de desenvolvimento em vigor.

Diante de tais desafios, uma economia baseada no conhecimento, na inovação e na criatividade, características fundamentais de uma cidade criativa, passa a ser foco de atenção com vistas a um novo modelo de desenvolvimento. A cidade criativa assume um lugar privilegiado para ajudar a enfrentar os problemas complexos e atuais de uma outra forma e a encontrar soluções inovadoras para as pessoas que nela vivem.

A noção de criatividade mudou para o centro do cenário, então podemos falar de um movimento. Há muitos desencadeadores:

a natureza feroz da competição urbana e por que os antigos métodos de fazer muitas coisas não funcionam mais. Em nível global, ao longo dos últimos 20 anos, as cidades procuram respostas para redefinirem seu propósito e criar novos tipos de trabalhos, embora essas cidades estivessem muitas vezes fisicamente presas a

seu passado industrial. Isso levou a uma autocrítica, o que significou reavaliar os métodos antigos (LANDRY, 2013, p. 49).

Jordi Pardo, gestor espanhol que participou do Plano Estratégico de Cultura de Barcelona, salienta que o mundo não está enfrentando apenas uma crise econômica global, mas provavelmente uma mudança de paradigmas para enfrentar desafios ambientais, demográficos e culturais de um modelo de desenvolvimento baseado no crescimento quantitativo, ou seja, no emprego, na exploração do território e no aumento da demanda. Para Pardo (2011) a criação de poder, riqueza, prosperidade e o acesso das pessoas à felicidade estarão relacionados agora a novos modelos de desenvolvimento, baseados em aspectos qualitativos.

No início do século XXI, 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 das ideias, informação, conhecimento e talento. A cidade criativa promove elementos de um ecossistema sociocultural que é parte do sistema produtivo, no qual centros de treinamento, informação, pesquisa, bem como as áreas tradicionais da cultura (criação artística e experimentação, pesquisa, memória e tradição etc.) e as atividades econômicas de todos os setores interagem para gerar valor e riqueza e melhorar a coesão social, a qualidade de vida e a atratividade da cidade como um cenário econômico e vital (PARDO, 2011, p.88-89).

As ideias propulsoras do fenômeno das cidades criativas remontam ao início dos anos 1980, quando eclodiu nos EUA e, em seguida, no Reino Unido e na Austrália, um movimento da classe artística para provar o valor econômico de suas atividades. Antes disso, ainda na década de 1970, já haviam sido iniciadas pesquisas internacionais de organismos como a UNESCO e o Conselho da Europa sobre indústrias culturais e seu impacto na economia, o que serviu para pavimentar o caminho que levaria às discussões posteriores sobre o conceito de cidade criativa, que surge na esteira do conceito de economia criativa (LANDRY, 2011).

Entre as décadas de 1980 e 1990 nascem teorias e estudos sobre a relevância da inserção das indústrias culturais na agenda da política urbana, tendo à frente o arquiteto britânico Charles Landry, autor das primeiras pesquisas a respeito do potencial dos setores criativos para a transformação de cidades como Londres, Manchester, Birmingham e Edimburgo. Na mesma década, Gunnar Tornqvist (1983) cunha então o termo “ambiente criativo” ao abordar o contexto do conhecimento, da criatividade e do desenvolvimento regional, destacando seus quatro traços principais: informação transmitida entre pessoas; conhecimento; competência em atividades relevantes; e criatividade (criação de algo novo).

A relação entre criatividade e desenvolvimento das cidades adquire maior relevância a partir de 1988, após a realização de duas conferências internacionais importantes, uma em Glasgow (Reino Unido) – Artes e a Cidade em Transformação: uma Agenda de Regeneração Urbana – e outra em Melbourne (Austrália), intitulada Cidade Criativa. Em 1989, Landry lança “Glasgow: a cidade criativa e sua economia criativa”, considerada uma das primeiras estratégias de criatividade urbana, enfocando a cidade como organismo criativo e como um ambiente para o desenvolvimento dos setores criativos, a exemplo do *design* e da música. Em 1991, o autor publica uma estratégia equivalente para Barcelona (LANDRY, 2013).

Três anos mais tarde, em 1994, ao lançar a política cultural *Creative Nation*, a Austrália dá ênfase à abertura do país para o mundo e à valorização de seu multiculturalismo. No discurso feito à época pelo primeiro ministro australiano, Paul Keating, ele enfatiza que o projeto seria motivado por uma “confluência entre o potencial malefício da globalização à diversidade cultural, o impacto de novas tecnologias de informação e comunicação na geração de oportunidades e competitividade econômica” (REIS, 2012, p. 24).

No mesmo ano, é organizado um encontro em Glasgow entre cinco cidades alemãs e cinco cidades britânicas para debater a criatividade urbana. Em 1995, em parceria com Franco Bianchini, Landry lança “*The creative city*” (*A cidade criativa*, em tradução livre), que tinha o objetivo de “definir um sistema de indicadores para levantar a ‘saúde’ das cidades britânicas” (LANDRY, 1995) e, em 2000, publica “*The creative city: a toolkit for urban innovators*” (*A cidade criativa: um conjunto de ferramentas para inovadores urbanos*, em tradução livre), por meio dos quais foi popularizado o conceito de cidade criativa (LANDRY, 2003).

Outro marco importante no contexto histórico do surgimento da cidade criativa foi a decisão do governo britânico de Tony Blair de lançar, em 1998, um programa multissetorial de desenvolvimento, com foco na criatividade, consolidado na publicação “*Creative Britain*”, produzida por Chris Smith, Secretário de Estado do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) do Reino Unido (SMITH, 1998). Com a economia britânica fortemente abalada por problemas sociais na fase de decadência pós-industrial, a quarta maior economia mundial decide investir em setores de alto valor agregado, com foco na criatividade, para incrementar o seu desenvolvimento. Parte então para um amplo diagnóstico sobre 13 setores criativos de maior potencial no país, que englobou arquitetura, artesanato, artes performáticas, cinema, *design*, *design* de moda, galerias, indústria editorial,

música, museus, software, softwares interativos, além de atividades relacionadas a tradições culturais (BRITISH COUNCIL, 2010; FERREIRA, 2017).

No que se refere ao conceito de cidade criativa, é necessário frisar que ele ainda está em construção e em contínua transformação, sofrendo desgastes por conta de seu uso exagerado, muitas vezes com fins de marketing e promoção da imagem estética das cidades. Há diferentes abordagens e definições para um termo que suscita muitas críticas e polêmicas, mas atrai atenção de gestores, arquitetos, urbanistas, sociólogos, economistas, artistas e os mais diferentes profissionais por ter se tornado indispensável para se repensar o desenvolvimento urbano. Em meio às divergências prevalece um consenso: o de que os ambientes urbanos criativos são cada vez mais relevantes para o futuro de nossas cidades e de suas comunidades.

O conceito de cidade criativa se tornou controverso. Por conta de seu uso excessivo, é perigoso que a noção de criatividade resulte em algo sem fundamento e irreal. Alguns se preocupam com o fato de ela estar bastante na moda, aplicada irrefletidamente, sem um entendimento detalhado de seu potencial. Consequentemente, as pessoas ficam entediadas e pensam na “próxima grande novidade”: “a cidade do aprendizado”, “a cidade habitável” ou “a cidade inteligente” (LANDRY, 2013, p. 9).

Leitão argumenta que as cidades criativas que recebem títulos de governos ou organizações governamentais (como a UNESCO) “são exemplos de apropriação das cidades pelo capitalismo estético e sua sedução consumista e hedonista”. Para Leitão, tais cidades estariam voltadas para o consumismo estetizado e para o marketing: “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” (LEITÃO, 2015a, p. 66).

Em sua dissertação de Mestrado “A Rede de Cidades Criativas da UNESCO: uma perspectiva das cidades brasileiras”, Ferreira conclui, a partir de sua pesquisa voltada para cinco cidades criativas brasileiras da RCCU – Florianópolis, Curitiba, Belém, Santos e Salvador –, que “o discurso da cidade criativa está mais próximo do viés imagético, econômico e político, do que de um modelo pós-industrial, como alguns teóricos afirmam”. Sugere, portanto, que a cidade criativa seja “apenas reflexo de uma imagem, que se iniciou na economia e diluiu-se no discurso de gestores, possuindo o Estado-Nação como agente controlador” (FERREIRA, 2017, p. 143).

Um dos mais célebres teóricos das cidades criativas, o economista e cientista social estadunidense, Richard Florida, é igualmente um dos mais questionados por sua teoria de

“classe criativa”. Na sua visão, considerada por alguns autores um tanto simplista, a cidade criativa seria aquela com maior concentração de pessoas que exercem profissões focadas na criatividade individual e na qual se destacam os chamados **3Ts**: **Talento**, número de pessoas que terminaram o ensino superior e mestrado); **Tecnologia**, número de diplomas técnicos); e **Tolerância**, indicador medido conforme três índices: o que mede diversidade; outro relativo à presença da comunidade gay dentro da população e, por último, o referente à boêmia artística urbana (FLORIDA, 2002).

Pela teoria dos 3Ts, a cidade criativa teria mais profissionais criativos (*designers*, artistas, arquitetos, pesquisadores, engenheiros e executivos etc), os quais, em sua maioria, escolhem as áreas urbanas centrais como ambientes prediletos para desempenhar suas atividades, o que estaria diretamente ligado à efervescência cultural, à recuperação urbana e ao desenvolvimento econômico. Na obra “Origens e futuros da cidade criativa”, mesmo sem uma referência direta a Florida, Landry argumenta que, embora esse segmento da população (a classe criativa) seja crucial, “constituindo talvez 25 a 30%” em cidades localizadas no centro do país, ele não representa a totalidade das formas criativas de uma cidade:

A excessiva ênfase sobre esse grupo é infeliz e limitada. A criatividade é muito mais [...] os outros 75% das pessoas aparentemente ‘não criativas’ podem contribuir para uma cidade mais criativa que descubra oportunidades imaginativas para progredir ou soluções inventivas para os problemas (LANDRY, 2013, p. 10-11).

A pesquisadora sobre desenvolvimento urbano, Elsa Vivant, alerta que, a fim de converterem suas cidades em centros criativos, “inúmeras municipalidades recorrem a Richard Florida, que geralmente lhes propõe transformar parte do centro da cidade ou determinados bairros deteriorados em lugares *cool*, favoráveis à inovação” (VIVANT, 2012, p. 16). Isto estaria provocando o processo de “gentrificação”, ou seja, a expulsão dos tradicionais habitantes e criadores que deram início à transformação da região. Argumenta a autora que a difusão de tal modelo criativo nas cidades terá resultados parecidos com a disseminação do modelo empresarial urbano, com a homogeneização das maneiras de fazer e a reprodução das paisagens urbanas, dificultando a distinção entre bairros revitalizados de uma cidade e de outra. Nesses lugares padronizados “encontram-se os mesmos *best-sellers* nas livrarias, a mesma decoração nos cafés (e até o mesmo cardápio), as mesmas músicas ambientais, a mesma moda de roupa”, o que constituiria, segundo ela, uma “paisagem global de consumo urbano cosmopolita” (VIVANT, 2012, p. 77).

A confrontação e as controvérsias em torno do que seria a cidade criativa deixam claro a inexistência de um conceito definitivo e norteador a respeito do termo. Nesse sentido, é importante analisar quais seriam as condições que favorecem o surgimento de uma cidade criativa, segundo especialistas no assunto. Para Landry (2013), os chamados **3 Cs** são as chaves para o desenvolvimento das cidades criativas: **Cultura** como identidade da cidade, seu patrimônio, seu passado e projeção de futuro; **Comunicação** compreendida pelos modelos de aproximação físicos e tecnológicos dos seus moradores e redução de conflitos e distanciamentos; e **Cooperação** no sentido de interação e aceitação da diversidade na localidade.

Landry destaca algumas características vitais presentes nas cidades criativas, tais como, além do desenvolvimento dos setores da economia criativa, a presença de novos equipamentos icônicos que podem ajudar no orgulho cívico; atração de nômades do conhecimento e comunidade de pesquisa; reutilização de antigos edifícios para as atividades econômicas com mistura do novo com o antigo; e mudança do olhar sobre o ambiente físico das cidades para criar espaços de socialização e o convívio, estimulando um ambiente criativo. Também elenca 10 domínios para medir e monitorar o pulso criativo de uma cidade (LANDRY, 2013, p. 65-66):

- 1) Estrutura política e pública;
- 2) Característica distintiva, diversidade, vitalidade e expressão;
- 3) Franqueza, tolerância e acessibilidade;
- 4) Empreendedorismo, exploração e inovação;
- 5) Agilidade estratégica, liderança e visão;
- 6) Desenvolvimento de talentos e panorama da aprendizagem;
- 7) Comunicação, conectividade e integração;
- 8) Local e preparação do local;
- 9) Qualidade de vida e bem-estar;
- 10) Profissionalismo e eficácia.

A partir de uma abordagem que inclui várias pesquisas e estudos realizados no Brasil, entre eles uma tese de doutorado pela Universidade de São Paulo (USP) – “Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo” –, Reis (2011) defende que, independentemente de sua história, condição socioeconômica e tamanho, em uma cidade criativa há predominância de três características necessárias e complementares.

- 1) **Inovações:** criatividade aplicada à solução de problemas ou previsão de oportunidades. Além de inovações tecnológicas, inovações sociais (mutirões para solução de problemas da comunidade por exemplo); culturais (produto, serviço, manifestação ou modelo de negócio original) e ambientais (por exemplo comércio de créditos de carbono ou uso de pneus na pavimentação de estradas);

2) **Conexões:** entendidas nas dimensões histórica, entre o passado da cidade, que forma sua identidade, e sua estratégia de futuro; geográfica, entre bairros e zonas; de governança, com a participação dos setores público, privado e da sociedade civil; de diversidade, reunindo pessoas com distintos pontos de vista, profissões, culturas, comportamentos; entre local e global, salvaguardando as singularidades da cidade e se mantendo em conexão com o mundo;

3) **Cultura:** presente na cidade sob quatro formas: por seu conteúdo cultural (serviços, produtos, patrimônio material e imaterial e manifestações de caráter único); pelas indústrias criativas, englobando criação, produção, consumo e acesso, com impacto econômico na geração de renda; ao agregar valor a setores tradicionais e ao formar um ambiente criativo, pela convivência de diversidades e manifestações (REIS, KAGEYAMA, 2011, p. 33).

Reis também aborda a necessidade de uma visão mais ampliada da cidade criativa:

[...] se a economia delinea a forma e a veia da cidade (basta pensar na relação entre economia industrial e cidade industrial), seria reducionista afirmar que cidade criativa é uma na qual prevalece a economia criativa. Para apreender a complexidade de uma cidade, é necessário revelar suas dinâmicas, relações e estruturas e identificar o que transforma a criatividade em alavanca de benefícios sociais, culturais e econômicos reais, entendendo desenvolvimento de forma mais ampla (REIS, 2010, p. 22).

Embora o termo “cidade criativa” tenha nascido na trilha da “economia criativa”, concordamos que não se pode reduzi-la a um conceito de espaço urbano no qual prevalecem as indústrias criativas. Para ser criativa, uma cidade precisa ir além da criatividade e da economia criativa, propiciando protagonismo social a seus habitantes, onde eles possam usufruir do direito à cidade e de seus direitos culturais, encontrando no espaço coletivo “as condições de desenvolvimento político, social e ambiental, ao mesmo tempo em que assumam seus deveres de solidariedade”, conforme preconiza o Artigo I da Carta Europeia para a Proteção dos Direitos Humanos na Cidade:

[...] a Carta Europeia estabelece os direitos essenciais dos indivíduos nas cidades, que, por sua vez, favorecem as 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 e são direitos propulsores dessa nova economia dos produtos simbólicos (FIGUEIREDO; JESUS, 2017, p. 59).

A chance de uma cidade tornar-se de fato criativa e desenvolvida, a partir dessa compreensão da sua dimensão social, tem uma relação direta com o quanto ela utiliza a seu favor os recursos próprios e únicos locais, os quais revelam a sua singularidade e excepcionalidade. Landry e Bianchini (1995) frisam que os recursos únicos estão embutidos na inventividade, nas habilidades e nos talentos das pessoas. Eles não estão presentes apenas nas “coisas”, como edifícios, mas também em aspectos intangíveis das pessoas, como

motivações, símbolos, atividades e conhecimento local, que podem estar presentes em artesanato, produtos, serviços e pesquisa.

Os recursos culturais urbanos incluem o patrimônio histórico, industrial e artístico, bem como paisagens e marcos urbanos. Também incluem tradições locais de vida pública, festivais, rituais, ou histórias, além de hobbies, entusiasmo e capacidade de falar línguas estrangeiras, comida e cozinha, atividades de lazer, subculturas ou tradições intelectuais (LANDRY, 2011, p. 14).

Na publicação “Cidades criativas: vocação e desenvolvimento”, Ashton destaca que uma cidade criativa não pode utilizar um modelo que tenha funcionado em outra cidade, em outro estado ou em outro país, pois o povo de cada lugar é o recurso único e o diferencial. Segundo a autora,

o sucesso de uma cidade depende da utilização e otimização dos recursos locais. A cidade criativa é aquela que consegue produzir social e economicamente, utilizando todo o potencial de seus habitantes - história e cultura - com criatividade e inovação e transformando-a em um lugar mais atraente, tolerante, interligado, interativo e dinâmico (ASHTON, 2018, p. 19).

Sobre os aspectos levantados neste capítulo parece-nos interessante, então, indagar como as cidades criativas que participam da rede global da UNESCO estão construindo e implementando seus planos de ação nos respectivos territórios, considerando seus recursos locais e sua singularidade cultural. Antes disso, faz-se necessário compreender os fundamentos e as diretrizes da RCCU, bem como sua atuação, em nível internacional, como indutora do desenvolvimento de cidades criativas em todo o mundo, que inspiraram a candidatura de Santos.

2.3 A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO (RCCU)

No centro dos esforços internacionais para fortalecer a cultura como motor do desenvolvimento urbano sustentável está a Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU). Criada em 2004 para estimular a cooperação entre as cidades que identificam a cultura como fator estratégico para o desenvolvimento, a Rede reúne (em 2018) 180 cidades de 72 países. São cidades que trabalham em conjunto para um objetivo comum: colocar a criatividade e as indústrias criativas no coração do planejamento e desenvolvimento urbano, além de contribuir com a troca de experiências e cooperação em âmbito internacional.

Figura 1 – Mapa da Rede de Cidades Criativas da UNESCO



Fonte: Site da RCCU. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/>>.

Manuel Castells (1996) analisa o conceito de “rede” inicialmente na obra *Sociedade em Rede*, primeiro volume da trilogia *A Era da informação: Economia, sociedade e cultura*. A abordagem de Castells sobre a nova economia global surgida no final do século XX, a partir do desenvolvimento das TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação), denominada por ele de capitalismo informacional, tem sintonia com o desenvolvimento da RCCU, que busca estimular cidades criativas de diferentes partes do mundo a se conectarem e trocarem experiências sobre formas de inovação e de fortalecimento de suas indústrias criativas. Segundo Castells, a sociedade em rede é

uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais que geram, processam e distribuem informação” a partir do conhecimento produzido nos nós dessas redes. [...] A comunicação em rede transcende fronteiras, a sociedade em rede é global, é baseada em redes globais. Então, a sua lógica chega a países de todo o planeta e difunde-se através do poder integrado nas redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia. Aquilo a que chamamos globalização é outra maneira de nos referirmos à sociedade em rede, ainda que de forma mais descritiva e menos analítica do que o conceito de sociedade em rede implica. (CASTELLS, 2005, p. 20).

<u>Rede de Cidades Criativas da UNESCO: 180 cidades em 72 países</u>
Adelaide, Al-Ahsa, Alba, Almaty, Amarante, Aswan, Auckland, Austin, Baghdad, Baguio City, Bamiyan, Bandung, Barcelona, Barcelos, Beijing, Belém, Bergen, Berlin, Bilbao, Bitola, Bogota, Bologna, Bradford, Braga, Brasilia, Brazzaville, Bristol, Brno, Bucheon, Budapest, Buenaventura, Buenos Aires, Burgos, Busan, Cairo, Cape Town, Carrara, Changsha, Chengdu, Chennai, Chiang Mai, Chordeleg, Cochabamba, Curitiba, Daegu, Dakar, Dénia, Detroit, Dubai, Dublin, Dundee, Dunedin, Durán, Durban, Edinburgh, Enghien-les-Bains, Ensenada, Fabriano, Florianópolis, Frutillar, Gabrovo, Galway, Gaziantep, Geelong, Ghent, Glasgow, Granada, Graz, Guadalajara, Gwangju, Hamamatsu, Hangzhou, Hanover, Hatay, Heidelberg, Helsinki, Icheon, Idanha-a-Nova, Iowa City, Isfahan, Istanbul, Jacmel, Jaipur, Jeonju, Jingdezhen, João Pessoa, Kanazawa, Kansas City, Katowice, Kaunas, Kingston, Kinshasa, Kobe, Kolding, Kortrijk, Košice, Krakow, Kütahya, Lillehammer, Limoges, Linz, Liverpool, Ljubljana, Łódź, Lubumbashi, Lviv, Lyon, Macao, Madaba, Manchester, Mannheim, Medellín, Melbourne, Mexico City, Milan, Montevideo, Montréal, Morelia, Nagoya, Nassau, Norrköping, Norwich, Nottingham, Óbidos, Östersund, Ouagadougou, Paducah, Panama City, Paraty, Parma, Pekalongan, Pesaro, Phuket, Popayán, Porto-Novo, Prague, Praia, Puebla, Qingdao, Québec City, Rasht, Reykjavík, Rome, Saint-Étienne, Salvador, San Antonio, San Cristóbal de las Casas, Santa Fe, Santos, Sapporo, Sasayama, Seattle, Seoul, Seville, Shanghai, Sheki, Shenzhen, Shunde, Singapore, Sofia, Sokodé, Suzhou, Sydney, Tartu, Tel Aviv-Yafo, Terrassa, Tétouan, Tongyeong, Toronto, Tsuruoka, Tucson, Tunis, Turin, Utrecht, Ulyanovsk, Varanasi, Wuhan, Yamagata City, York, Zahlé.

Fonte: *Site* da UNESCO (2019). Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/>>.

A Rede se propõe a criar as fundações para a construção de novas estratégias com foco na criatividade que promovam inclusão e coesão social, sustentabilidade e bem-estar

dos cidadãos. Trata-se, portanto, de uma iniciativa importante para a implementação de três instrumentos internacionais já mencionados anteriormente e que são considerados altamente relevantes para as próximas décadas: a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005), a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável (2015-2030) e a Nova Agenda Urbana (2016-2036).

Ao ingressarem na Rede as cidades comprometem-se a apoiar a RCCU no alcance dos objetivos contidos na Declaração de Missão da RCCU:

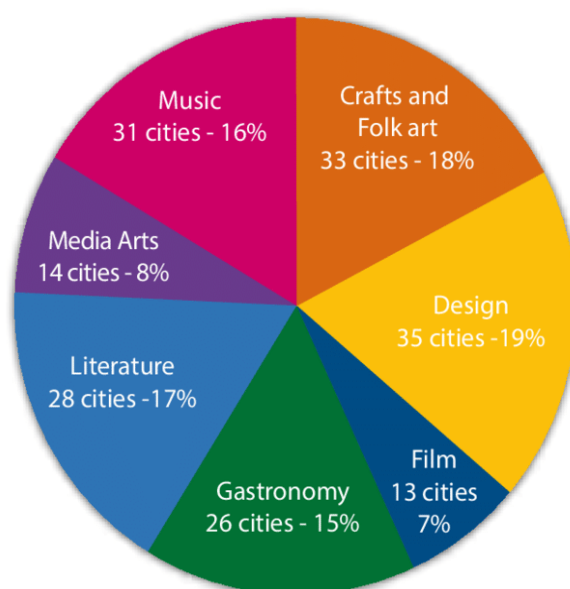
1. Fortalecer a cooperação internacional entre cidades que tenham reconhecido a criatividade como fator estratégico de seu desenvolvimento sustentável.
2. Estimular e melhorar as iniciativas lideradas pelas cidades membros para tornar a criatividade um componente essencial do desenvolvimento urbano, especialmente por meio de parcerias envolvendo os setores público e privado e a sociedade civil.
3. Fortalecer a criação, produção, distribuição e disseminação de atividades, bens e serviços culturais.
4. Desenvolver polos de criatividade e inovação e ampliar as oportunidades para criadores e profissionais do setor cultural.
5. Melhorar o acesso e a participação na vida cultural, bem como o gozo de bens e serviços culturais, especialmente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis.
6. Integrar plenamente a cultura e a criatividade em estratégias e planos de desenvolvimento local.

Como parte do processo de candidatura, que ocorre a cada dois anos, em um dos sete campos criativos da Rede - Artesanato e Artes Populares, Artes Midiáticas, Cinema, *Design*, Gastronomia, Literatura e Música – cada prefeitura elabora e apresenta à UNESCO um plano municipal de desenvolvimento da cultura. O plano, cujo prazo de implementação é de 4 anos, deve ser construído de forma participativa com diferentes representantes da municipalidade, ser realista e ter uma abordagem voltada para o futuro. Deve demonstrar também claramente a vontade política, o compromisso e a capacidade da cidade de contribuir para o cumprimento dos objetivos da Rede.

A maioria das cidades criativas (Quadro 2) selecionadas está concentrada nos setores criativos do *design* (19%), do Artesanato (18%) e da Literatura (17%). Os setores menos representados na RCCU são Cinema (7%) e Artes Midiáticas (8%), o que levou a UNESCO, na candidatura de 2019, a defender maior presença de cidades nesses dois campos criativos, bem como a ampliação da representatividade geográfica nas regiões menos contempladas como o continente africano.

Figura 2 – Percentual de cidades por segmento criativo

· States must also lend their support to the application.



Fonte: Site da UNESCO (2019). Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/>>.

A adesão à rede é considerada um compromisso de longo prazo. A cidade selecionada tem que apresentar uma estimativa de orçamento anual para implementação do Plano de Ação, indicando os percentuais reservados para as iniciativas no âmbito local, assim como o internacional, já que a perspectiva da cooperação entre as cidades da rede é estruturante do programa. Todos os recursos pensados e articulados, inclusive com a esfera privada, precisam ser mencionados. Assim como recursos não financeiros, como por exemplo pessoal, *facilities* etc. A avaliação e a aprovação da proposta não se baseia no valor do

recurso, mas na clareza da viabilidade, na coerência e na sustentabilidade a longo prazo do orçamento estimado em relação ao Plano de Ação.

Para se integrar à Rede é obrigatório que a cidade produza, também a cada quatro anos, um Relatório de Monitoramento. Este se destina a demonstrar o compromisso da cidade com a implementação da missão da Rede, tanto em nível local quanto internacional; renovar o seu engajamento apresentando um novo Plano de Ação para os quatro anos seguintes; oferecer informações sobre o impacto da designação como membro da Rede; e incentivar o desenvolvimento de pesquisas e estudos de caso sobre os conceitos e experiências das cidades criativas. Tais informações contribuem para traçar de forma mais eficaz o progresso da iniciativa, mostrando as realizações concretas da Rede, com destaque para políticas eficazes, estratégias e parcerias e apoiar a formulação e implementação de novos planos de ação.

Considerando que um dos principais objetivos da RCCU é funcionar como um laboratório de ideias e experiências inovadoras destinados a capitalizar o potencial da cultura e da criatividade para o desenvolvimento urbano sustentável, segundo a UNESCO, o cidadão pode ser entendido, ao mesmo tempo, como beneficiário e protagonista do Plano. Beneficiário na medida em que a implementação do Plano da Ação propicia melhores condições para o desenvolvimento urbano sustentável, em seus aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, incluindo aí geração de emprego e renda. Protagonista se pensarmos que, desde o princípio, a UNESCO orienta que a proposta do Plano de Ação de cada cidade seja construída coletivamente entre os setores público e privado e a sociedade civil.

Em geral, embora a cidade se candidate em apenas um setor criativo, a obtenção do título de cidade criativa traz impactos positivos para a cultura como um todo, bem como o aprimoramento na gestão territorial e na governança das políticas culturais locais. O ingresso na Rede significa a adoção de um compromisso com a promoção e a valorização da cultura, integrando-a ao plano de desenvolvimento do município, a partir de um pacto público com a sociedade civil.

Se por um lado a Rede é reconhecida por, entre outras coisas, induzir o processo de integração da cultura aos planos de desenvolvimento locais e propiciar a conexão entre cidades de todo o mundo para troca de conhecimento, experiências e melhores práticas sobre desenvolvimento econômico e social por meio das indústrias criativas; por outro lado,

enfrenta várias críticas. Ferreira advoga, por exemplo, que “a RCCU, enquanto parte da política global das Nações Unidas, leva à internacionalização daquilo que é específico de um lugar” (2017, p. 141). E remete a Rubim no argumento de que “a cidade global, sob o rótulo criativo [...] torna-se o produto que materializa o discurso controverso da UNESCO”, que ora expressa o que é específico do local e ora expressa a cultura global, fabricada de acordo com

padrões simbólicos desterritorializados, que buscam se posicionar em um mercado mundial de imensas dimensões controlado por megaconglomerados, oriundos de gigantescas fusões de empresas, que associam comunicação, cultura, entretenimento e lazer (RUBIM, 2007 *apud* FERREIRA, 2017, p. 145).

Outra crítica se deve ao fato de a UNESCO determinar que a candidatura de cada cidade se dê em apenas uma das categorias criativas em detrimento das outras, e, também, à própria limitação da Rede a apenas sete setores criativos definidos pela Organização. Segundo Ferreira, a UNESCO não deixa claro como promover o desenvolvimento das cidades, “primeiro, porque exalta um aspecto da cultura em detrimento de sua própria complexidade; segundo, porque a redução operativa pode coibir outras ações operativas” (2017, p. 140).

A fim de aprimorar a RCCU, uma rede em construção e evolução, a cada processo de candidatura surgem novas regras, o que igualmente é motivo de polêmica e desinformação. A partir de 2017, o processo de seleção, que era anual, passa a ser feito a cada dois anos. Em 2019, a seleção de candidaturas é limitada a apenas duas cidades por país, e em campos criativos diferentes. Há ainda um estímulo para o equilíbrio da representatividade temática na Rede, estimulando candidaturas nos dois campos criativos menos presentes: cinema e artes midiáticas. E cidades que não receberem designação após duas chamadas consecutivas devem respeitar um prazo de quatro anos para se inscrever novamente, o que contribui para engrossar os argumentos dos descontentes com as regras da Rede.

Como é crescente o interesse das cidades em participar da RCCU, essa restrição, ao que seria uma “elite de cidades”, vem fazendo com que alguns países, no caso da América Latina a Argentina por exemplo, criem redes próprias de cidades criativas. No Brasil também existe um forte movimento em defesa da criação de uma Rede Brasileira de Cidades Criativas, bem como iniciativas voltadas à implementação de programas federal e estaduais

de indução ao desenvolvimento de cidades criativas, o que nos parece importante do ponto de vista de uma estratégia mais associada à realidade brasileira, mas que poderia ter a RCCU como base em sua construção.

Também causa questionamentos o próprio instrumento de candidatura à RCCU, um formulário preenchido na internet, muito genérico e sucinto, no qual a cidade proponente apresenta seu plano de médio prazo (quatro anos) para desenvolvimento do respectivo setor criativo, além de descrever a experiência da localidade e todas as atividades em andamento.

2.4 O BRASIL NA REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO

Entre as 180 cidades que compõem a RCCU (dados da UNESCO até 2018), oito estão localizadas no Brasil: Curitiba (*design*) e Florianópolis (gastronomia), que ingressaram em 2014; Salvador (música), Belém (gastronomia) e Santos (cinema), em 2015; e Brasília (*design*), João Pessoa (Artesanato) e Paraty (gastronomia), em 2017. A fim de compreender o contexto brasileiro em relação à Rede, apresentamos abaixo uma síntese sobre as cidades criativas do País e os principais motivos de sua seleção, tendo como base informações dos respectivos formulários de candidatura apresentados à RCCU, da página da Rede no sítio da UNESCO e dos sítios oficiais das prefeituras municipais:

Curitiba, Cidade Criativa do *Design*²

Conhecida por seu planejamento urbano, desenvolvido especialmente nos anos de gestão do urbanista Jaime Lerner como prefeito, Curitiba utiliza há bastante tempo a potencialidade do *design* no seu processo de desenvolvimento. Com uma população de aproximadamente 1.800.000 habitantes, oitava cidade mais populosa do Brasil e a maior da região sul do país, reúne indústrias criativas locais que apoiam a indústria do turismo, geram clusters de inovação e promovem crescimento e desenvolvimento sustentáveis.

Desde a década de 1970, Curitiba se tornou referência nacional e internacional em inovação e cultura urbana. A cidade liga o ritmo frenético das metrópoles às preocupações com o meio ambiente, a preservação do patrimônio cultural e a expansão da cidadania. Curitiba também está entre as cidades com maior índice de qualidade de vida no país. O

² CURITIBA (Município). Prefeitura. *Site*. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/>>.

modelo de planejamento urbano de Curitiba combina o uso da terra e os sistemas viário e transporte público (TOD), permitindo uma cidade mais humana, inovadora e inclusiva, centrada nos seres humanos.

Na proposta de candidatura à RCCU, Curitiba propõe:

- cooperar e trocar experiências com os membros da Rede, a fim de encontrar soluções inovadoras e criativas para abordar os principais desafios.
- organizar eventos da RCCU envolvendo todas as cidades membros;
- fortalecer os Programas da Cidade "Viva Mais Curitiba" e "Curitiba Criativa", que contribuem para o alcance da missão da RCCU em nível local; e
- melhorar a comunicação e aumentar a conscientização sobre as realizações da RCCU, bem como sobre a participação de Curitiba na Rede.

Florianópolis, Cidade Criativa da Gastronomia³

A capital catarinense, localizada na região Sul do Brasil em uma área geográfica privilegiada, formada pela Ilha de Santa Catarina e o continente, tem belas praias, lagoas e uma gastronomia diferenciada, com destaque especial para a qualidade de suas ostras e pratos elaborados com frutos do mar. Florianópolis ressalta sua reconhecida qualidade de vida e o fato de ter sido considerada a “melhor cidade brasileira para empreendedorismo”.

Após o ingresso na RCCU como cidade criativa da gastronomia, a cidade criou o Observatório Gastronômico, projetado para “coletar, analisar e disponibilizar informações e conhecimento do setor de gastronomia”, e um Laboratório de Inovação Cultural para “trabalhar em ações transversais que combinam artesanato, *design* e gastronomia”, e vem empreendendo políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa local.

Dentre as ações propostas em seu plano de ação estão:

- produção de um festival anual de gastronomia;
- criação de um prêmio bienal aos melhores restaurantes de Florianópolis;
- publicação de um guia anual das ofertas gastronômicas da cidade; e

³ FLORIANÓPOLIS (Município). Prefeitura. **Florianópolis, a primeira cidade criativa UNESCO da gastronomia no Brasil**. Disponível em: <www.floripacreativecity.com>.

- expansão de programas de intercâmbio acadêmico para alunos de escolas de gastronomia e profissionais do setor.

Salvador, Cidade Criativa da Música⁴

Com uma população de 2,9 milhões de habitantes, Salvador é a terceira maior cidade do Brasil. Caracterizada por um ambiente multicultural, que preserva suas raízes africanas, a capital da Bahia é reconhecida pela força e diversidade de sua cultura e pela riqueza de seus ritmos musicais, expressada especialmente pelo famoso Carnaval baiano e seus trios elétricos. Terra de compositores e intérpretes como Gilberto Gil, Caetano Veloso, João Gilberto e Maria Betânia, Salvador faz menção aos seus diversos gêneros musicais, tais como o tropicalismo, o axé e a bossa nova. Além disso, é importante frisar que o Samba de Roda do Recôncavo Baiano, ao lado da Roda de Capoeira, integra a Lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial da UNESCO. A cidade também foi declarada Patrimônio da Humanidade devido ao valor cultural e histórico singular do Pelourinho.

Na candidatura à RCCU, Salvador aponta o poder de sua indústria criativa, com destaque para a festa do Carnaval, maior desfile do mundo que leva para os espaços públicos 2 milhões de pessoas em um percurso de 25 quilômetros de ruas, avenidas e praças da cidade durante uma semana. A estimativa é que o Carnaval soteropolitano gere US\$ 248 milhões em transações financeiras, gerando emprego e renda e fortalecendo a economia criativa local. Tendo a música como setor criativo mais pulsante, Salvador criou o projeto Sound Incubator de apoio a empresas musicais e promoção de bandas locais no cenário internacional.

Como Cidade Criativa da Música, Salvador propõe à Rede:

- criar o Museu da Música para mostrar a diversidade da música brasileira e servir como espaço aberto e criativo para músicos e profissionais da música;
- fomentar o acesso e a participação na vida cultural e na coesão social, apoiando eventos de música em espaços públicos por meio do Projeto Music Spaces, em cooperação público-privada;

⁴ SALVADOR (Município). Prefeitura. **Salvador, cidade da música**. Disponível em: <www.cidadedamusica.salvador.ba.gov.br>.

- promover a cultura afro-brasileira por meio do projeto multidisciplinar Afródromo, que visa criar sinergias entre música, artes cênicas e artes midiáticas;
- fomentar a mobilidade dos artistas por meio de programas de treinamento e residências artísticas; e
- apoiar a indústria da música através da Capital de Salvador do Fórum de Música, uma plataforma de diálogo para Cidades Criativas de Música e troca de conhecimentos, melhores práticas e organização de eventos conjuntos.

Belém, Cidade Criativa da Gastronomia⁵

A riqueza da culinária paraense, resultado de uma mistura de influências portuguesa, indígena e africana, e a busca por uma gastronomia de base sustentável e socialmente justa são apontadas como elementos centrais que garantiram a Belém (PA) o reconhecimento como Cidade Criativa da Gastronomia. Receitas como pato no tucupi, tacacá e maniçoba, frutas como açaí, cupuaçu e bacuri e peixes diversos dos rios da Amazônia estão entre os sabores originais que dão à culinária de Belém um sabor diferenciado e atraem turistas do Brasil e do exterior. A cidade com 1,5 milhão de pessoas tem 65% de seus habitantes vivendo em 39 ilhas, o que garante uma rica diversidade cultural, natural e gastronômica à capital paraense.

As propostas apresentadas por Belém como contribuições à RCCU são:

- estabelecer o Centro Global sobre Gastronomia e Biodiversidade a fim de melhorar as condições dos clusters de alimentos em termos de tecnologia, treinamento e serviços, envolvendo as dimensões rural e urbana, de forma a tornar a cidade um modelo global em tecnologia e inovação alimentar;
- organizar um evento dedicado à gastronomia criativa global e focado em pratos especiais de Belém e seus correspondentes das cozinhas de outros países, aproveitando a vantagem comparativa da RCCU por envolver diversas cidades criativas de Gastronomia;

⁵ BELÉM (Município). Prefeitura. **Belém creative city**. Disponível em: <creativitycity.belem.pa.gov.br>.

- reabilitar casas antigas da cidade, começando com a abertura de uma rua 24 horas, caracterizada por uma arquitetura diferente e uma variedade de opções de lazer, serviços, lojas, gastronomia e bancos; e
- criar um centro educacional de excelência para aumentar a conscientização das crianças sobre a posição histórico-social e ambiental da cidade.

Brasília, Cidade Criativa do *Design*⁶

No centro da argumentação para a candidatura de Brasília à RCCU está o fato de o *design* e a inovação estarem no DNA de Brasília desde a sua concepção. De fato, o projeto de criação da nova capital reuniu gênios da arte e da cultura brasileira como o urbanista Lúcio Costa, o arquiteto Oscar Niemeyer e o artista plástico Athos Bulcão entre outros. Totalmente planejada, a cidade foi inscrita na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO em 1987 devido à originalidade e ao valor excepcional do projeto urbanístico do Plano Piloto, zona central da cidade, traçado por Lúcio Costa na forma de um avião com suas asas Norte e Sul.

Com mais de 2,5 milhões de habitantes na época da candidatura, a cidade tem uma economia criativa calculada em 3,7% do PIB local, ou seja, US\$ 1,8 bilhão anual, e ocupa o primeiro lugar no ranking brasileiro de cidades que atraem e retêm talentos criativos. O destaque da economia criativa distrital são as áreas de *design*, moda, artesanato e graffiti. Entre os eventos no âmbito do *design* estão o Salão Brasil Criativo - *Design* e Negócios, o Senai Brasil Festival e a Capital Fashion Week.

O desenvolvimento urbano sustentável da cidade vem sendo reforçado com a implementação do Plano de Turismo Criativo e da Lei Orgânica da Cultura (LOC) do Distrito Federal, instrumentos fundamentais para o fortalecimento e a descentralização da economia criativa, do empreendedorismo criativo e do turismo cultural para cidades do Entorno da Capital brasileira.

Como Cidade Criativa do *Design*, Brasília propõe à RCCU:

- fortalecer o setor de *design* por meio de avanços como a LOC, ampliando assim o diálogo entre os diferentes stakeholders;

⁶ BRASÍLIA. Governo do Distrito Federal. Secretaria de Turismo. **Cidade criativa do design**. Disponível em: <www.turismo.df.gov.br/cidade-criativa-do-design>.

- reforçar o Plano Distrital de Cultura, bem como suas estratégias e iniciativas prioritárias para os próximos 10 anos, incluindo o posicionamento da cultura e da criatividade como pilares estratégicos para o desenvolvimento territorial integrado, considerando as potencialidades criativas;
- criar oportunidades para *designers*, construindo um cenário favorável para a próxima geração e para o fortalecimento da cadeia produtiva da indústria criativa;
- executar ações de fortalecimento da economia criativa no âmbito do Plano Plurianual do Governo do Distrito Federal, visando proporcionar desenvolvimento econômico e territorial sustentável e destacando Brasília como referência em inovação, criatividade, cultura e turismo; e
- engajar outras Cidades Criativas de *Design* em projetos conjuntos com a intenção de compartilhar melhores práticas e experiências (exemplos: cooperação técnica com Detroit para a racionalização de processos que visam aumentar a sustentabilidade e com Buenos Aires para impulsionar a inovação).

João Pessoa, Cidade Criativa do Artesanato⁷

O artesanato é o setor criativo mais expressivo em João Pessoa, cidade com 900 mil habitantes conhecida como a "Porta do Sol". Localizada no ponto mais oriental do Brasil, a capital da Paraíba se coloca como o principal centro comercial regional para a produção de artesanato, tendo como destaques a cerâmica, os bordados e o crochê. Estima-se que existam 5.000 famílias de artesãos na cidade, a maioria habitantes das áreas rurais. A fim de desenvolver o setor do artesanato e apoiar sua cadeia produtiva, o município lançou o Programa de Artesãos de João Pessoa e o Programa Paraibano de Artesanato (PAP).

João Pessoa também empreende duas iniciativas voltadas ao fortalecimento do artesanato: o Salão de Artesanato da Paraíba, que reúne mais de 8.000 participantes e tem como tema "Raízes Culturais de um Povo", e a Rota dos Ateliês, criada em 2017 com o objetivo de oferecer uma abordagem alternativa para a promoção de trabalhos artesanais por meio de oficinas interativas.

Como Cidade Criativa de Artesanato João Pessoa propõe à RCCU:

⁷ JOÃO PESSOA (Município). Prefeitura. *Site*. Disponível em: <www.joaopessoa.pb.gov.br>.

- criar um Laboratório de *Design* e Inovação para Artesanato e Pequenas Empresas, fornecendo assistência técnica a grupos e comunidades de artesãos;
- mapear as singularidades culturais por meio de uma pesquisa cuja metodologia e resultados serão compartilhados com outras cidades da RCCU;
- criar empregos para grupos vulneráveis e marginalizados no mercado de trabalho artesanal por meio das iniciativas da Fábrica de Artesanato Social;
- engajar outras Cidades Criativas do Artesanato para participar da Exposição Internacional de Artesanato (janeiro de 2018), ampliando o mercado e criando nova cooperação e intercâmbio internacional;
- implementar o projeto Conhecimento e Sabores do Nordeste do Brasil, transversal entre a gastronomia tradicional, o *design* e o artesanato; e
- desenvolver um Fórum de Secretarias Municipais de Planejamento Urbano com outras Cidades Criativas para organizar iniciativas conjuntas de apoio à economia criativa, maximizar recursos e compartilhar resultados.

Paraty, Cidade Criativa da Gastronomia⁸

O misto de culturas indígenas, portuguesas e africanas, presente na história da pequena cidade de Paraty (RJ), faz dela um polo singular de diversidade cultural e gastronômica, que pode ser apreciada em receitas tradicionais como a paçoca-de-banana e a farofa-de-feijão, destaca a prefeitura em sua proposta de candidatura. A cidade portuária de pouco mais 40 mil habitantes, localizada na Costa Verde do Rio de Janeiro, é também celebrada pela produção de cachaça, talento destacado durante o Festival da Cachaça, Cultura e Sabores. Estima-se que 20% da força de trabalho da cidade atue em setores agro-alimentares e relacionados com a gastronomia.

Conhecida mundialmente pela Festa Literária Internacional de Paraty (Flip), realizada anualmente, a cidade também é destaque pela Folia Gastronômica, que exhibe cozinha tradicional e inovadora local por meio de palestras, degustações e treinamentos e envolve mais de 50 chefs. Com uma visão voltada para a relação entre gastronomia e biodiversidade, realizou ainda o Fórum sobre Desenvolvimento Local Integrado Sustentável

⁸ PARATY (Município). Prefeitura. **Paraty cidade criativa da gastronomia**. Disponível em: <www.paraty.com.br/cidade-criativa-gastronomia,asp>.

no Programa de Gastronomia Sustentável da Agenda 21, aprofundando a cooperação entre chefs e agricultores orgânicos e incentivando a agroecologia.

Ao apresentar a candidatura à RCCU, Paraty propôs:

- criar um Observatório da Gastronomia para estabelecer uma imagem clara do campo da gastronomia, mapeando toda a cadeia, da fazenda à mesa;
- reforçar a cadeia de abastecimento alimentar, especialmente do Mercado de Peixe, para melhorar o padrão de vida das famílias de pescadores locais, oferecendo regularização, assistência técnica e capacitação profissional;
- criar o Centro de Economia Criativa e Treinamento (CEFEC), um polo multidisciplinar para jovens, oferecendo oficinas de capacitação entre *design*, artesanato e arte popular, artes midiáticas e gastronomia;
- fortalecer as ligações entre biodiversidade e criatividade na cadeia alimentar da gastronomia por meio da Agroflorestal de Zé Ferreira como centro de referência e cooperação com outras Cidades Criativas;
- fortalecer a cooperação nacional e internacional de Paraty em gastronomia com outras Cidades Criativas, estabelecendo parcerias entre o Observatório Gastronômico local e outras instituições; e
- empreender iniciativas transversais entre a gastronomia e os campos da literatura, incluindo o projecto "Cooking with Words", desenvolvido em colaboração com Óbidos, a Cidade Criativa da Literatura em Portugal.

O tema das cidades criativas vem atraindo atenção crescente por parte do governo federal no Brasil, em especial as áreas de Turismo e Cultura, devido ao potencial ainda pouco explorado de tais cidades para a atração de turismo, inovações e novos investimentos em economia criativa. Uma das iniciativas de promoção da RCCU no País partiu do extinto Ministério da Cultura, em 2018, ao lançar um edital para apoiar os processos de candidatura dos municípios brasileiros interessados em concorrer ao processo seletivo de 2019.

Na seleção foram contempladas 15 cidades brasileiras, em cinco categorias: Diamantina (MG), Campinas (SP), Rio das Ostras (RJ), Pelotas (RS), Aracajú (SE) e Taubaté (SP), em música; Cataguases (MG), Niterói (RJ) e Novo Hamburgo (RS), em cinema; Belo Horizonte (MG) e São Paulo (SP), em gastronomia; Itaboraí (RJ), Imbituba (SC) e Santana de Parnaíba (SP), em artesanato; e Duque de Caxias (RJ) em artes midiáticas.

Consultores selecionados pelo antigo MinC – a partir de 2019 Secretaria Especial de Cultura vinculada ao Ministério da Cidadania – ficaram responsáveis por apoiar os municípios candidatos na elaboração de suas propostas de candidatura. Com isso, em 2019, há a expectativa de ingresso de duas novas cidades brasileiras na Rede, em setores criativos diferentes, considerando-se as regras estabelecidas pela RCCU.

2.5 CANDIDATURA DE SANTOS, CIDADE CRIATIVA DO CINEMA

Na fase preparatória para a candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, a Prefeitura de Santos criou, em 2014, um grupo de trabalho com integrantes do Gabinete do Prefeito, secretarias de Desenvolvimento Econômico e Inovação, Cultura, Turismo, Desenvolvimento Urbano, Educação, Defesa da Cidadania e Fundo Social, para realizar um mapeamento da economia criativa nos campos contemplados pela RCCU. O grupo, que atuou em conjunto com produtores locais e representantes de coletivos de audiovisuais e de universidades, chegou à conclusão que, embora a cidade registrasse expressiva atuação em todos os campos criativos da Rede, o segmento com maior maturidade era o cinema.

O trabalho do grupo subsidiou a elaboração do formulário de candidatura para a UNESCO com respostas a quesitos tais como: as características econômicas, culturais, demográficas e geográficas do município, modo de governança e infraestrutura; principais desafios de desenvolvimento a serem enfrentados pela cidade por meio da cultura e da criatividade; principais objetivos como membro da Rede; equipe de gestão envolvendo diferentes stakeholders (setores público e privado, academia e sociedade civil); ativos comparativos da cidade para atingir os objetivos da Rede localmente e internacionalmente; iniciativas, programas e propostas, ou seja, um plano municipal de quatro anos, de uso da criatividade para a promoção do desenvolvimento urbano sustentável; compromisso com a apresentação de relatórios periódicos de implementação do plano; participação nos encontros anuais da Rede e produção de materiais de comunicação.

Em 2015, Santos entrou para o pequeno grupo mundial composto por oito cidades criativas do cinema, sendo a única das Américas na RCCU, ao lado de Roma (Itália), Bitola (Macedônia), Sofia (Bulgária), Galway (Irlanda), Sidney (Austrália), Busan (Coreia do Sul) e Bradford (Inglaterra). Conforme a Prefeitura Municipal, os destaques de Santos em 70 quesitos de 12 categorias foram:

- cadeia produtiva consolidada na cidade;
- nove festivais ligados ao cinema, entre eles o Curta Santos e o Santos Film Fest;
- dois cursos superiores na área de cinema, sólida produção local;
- 380 empresas ligadas ao cinema;
- 1.350 empregos formais na indústria cinematográfica;
- cinco coletivos de cinema;
- qualificação profissional em técnicas audiovisuais oferecida pelo Instituto Querô, anualmente, a 60 jovens em vulnerabilidade social;
- estratégia governamental de atrelar o desenvolvimento econômico focado no cinema à preservação do Centro Histórico, uma vez que a cidade possui mais de 300 imóveis protegidos.

Segundo a *Revista Santos Cidade Criativa*, outro fator importante foi a criação, em 2007, da *Santos Film Commission*, para facilitar o receptivo local de produtores que buscam Santos como cenário para longa-metragens, campanhas publicitárias, novelas e outras produções audiovisuais. Integrada mais recentemente, de forma estratégica, à Diretoria de Inovação da Secretaria de Governo da Prefeitura, a *Santos Film Commission* já intermediou novelas e minisséries da Rede Globo (*Terra Nostra*, *Sassaricando*, *Ciranda de Pedra* e *JK*) e gravações de filmes como *Lula*, *Querô*, *Plastic City* e *Reflexões de Liquidificador* entre outras produções nacionais e internacionais.

Após o ingresso de Santos na RCCU, foi criado o Decreto Nº 7.518, que instituiu o Comitê Cidade Criativa de Santos com o objetivo de propor estratégias e instrumentos para a implementação de ações de promoção, divulgação e fomento dos sete núcleos prioritários da economia criativa – cinema, gastronomia, literatura, música, tecnologia, artesanato e *design* – como fatores para a sustentabilidade do desenvolvimento social e urbano, de forma a cumprir a missão da cidade junto à RCCU. Outra importante medida foi a constituição do Painel Consultivo do Cinema e Audiovisual com a finalidade de apoiar o Comitê Cidade Criativa em seus objetivos relacionados ao campo do audiovisual entre eles:

- propor e subsidiar a elaboração, implementação e avaliação de planos e políticas públicas para o desenvolvimento do cinema e do audiovisual no município de Santos;

- articular no âmbito público e junto ao setor privado a inserção da temática do cinema e do audiovisual nos respectivos âmbitos de atuação;
- acompanhar projetos e programas sobre cinema e audiovisual em articulação com organismos públicos e privados;
- subsidiar a realização de diagnósticos e processos de mapeamento do cinema e audiovisual;
- atuar em parceria no fomento ou na condução de polos e territórios criativos com o objetivo de gerar e potencializar novos empreendimentos, trabalho e renda no cinema e audiovisual;
- planejar, propor e apoiar ações voltadas à formação de profissionais e empreendedores do cinema e audiovisual e à qualificação de empreendimentos do setor;
- apoiar ações para intensificação de intercâmbios técnicos na esfera do cinema e audiovisual entre o Brasil e outros países, incluindo a especial atenção a Rede de Cidades Criativas da UNESCO;
- promover bens e serviços do cinema e audiovisual do município de Santos em eventos nacionais e internacionais.⁹

No que se refere à governança, o Painel apresenta uma expressiva pluralidade de atores de governo, setor privado e organizações da sociedade civil: Coordenadoria de Cinemas da Prefeitura Municipal de Santos; Santos Film Comissão; SESC – Serviço Social do Comércio; SEBRAE; SENAC; UNIMONTE; UNISANTA; Instituto Querô, Associação dos Artistas da Baixada Santista; Sindicato dos Radialistas do Estado de São Paulo; dois representantes de produtoras audiovisuais da cidade de Santos; um representante de coletivos audiovisuais da cidade de Santos; um representante de produtoras musicais da cidade de Santos; um representante de Produtoras de Animação da cidade de Santos; CONCULT; representantes das emissoras de TV e de salas privadas de cinema e o CINEME-SE.

Figura 3 - Logomarca da UNESCO e da Cidade Criativa de Santos



Fonte: *Site* da Prefeitura de Santos.

2.5.1 Plano de Ação de Santos (2016-2019)

⁹ SANTOS (Município). Prefeitura. **Cidade criativa.** Disponível em: <<http://www.santos.sp.gov.br/?q=institucional/cidade-criativa>>.

Uma das cidades mais atuantes e experientes da RCCU no Brasil, Santos optou pelo setor criativo do cinema em sua candidatura porque já tinha, em 2015, um ambiente amplamente favorável ao desenvolvimento da economia criativa no campo do audiovisual. Com um patrimônio arquitetônico e histórico de 472 anos completamente preservado no centro, infraestrutura urbana e hoteleira, além de um quadro de profissionais de audiovisual formados nas escolas e universidades locais, a cidade atrai produções nacionais e internacionais.

No formulário de inscrição da candidatura junto à UNESCO, a Prefeitura apresenta como principais motivos para se unir à Rede o desejo de: gerar maior visibilidade internacional, fortalecer a geração de negócios no cinema, especialmente por meio de intercâmbio internacional e realizações de co-produções, além da capacitação dos produtores locais e criação de novos empreendimentos no ramo, de forma a atingir o desenvolvimento socioeconômico e cultural da região. Como uma cidade criativa do cinema, Santos prevê:

- 1) aumentar as oportunidades de emprego para jovens através do projeto Cinescola, com foco em capacitação e integração sustentável no mercado de trabalho;
- 1) promover parcerias multi-stakeholder no campo de pesquisa, desenvolvimento e inovação dentro do Parque Tecnológico de Santos, dedicadas a abordagens intersetoriais entre cinema e tecnologia de ponta;
- 2) promover intercâmbios profissionais e artísticos no âmbito da RCCU por meio do evento Setembro Criativo, apresentando os projetos mais inovadores e criativos;
- 3) apoiar a mobilidade dos estudantes por meio de programas de intercâmbio oferecidos pela Universidade Unimonte; e
- 4) realizar coproduções de filmes com as Cidades Criativas de todos os campos criativos para promover conexões multidisciplinares, compartilhar conhecimentos, métodos e melhores práticas.¹⁰

Santos apresenta, em sua candidatura, uma descrição detalhada de sua tradição na área de cinema, contextualizando historicamente o desenvolvimento do setor criativo na cidade. O embrião da história cinematográfica de Santos teria sido a exibição, em 1897, da “Fotografia Animada” no recreio do Miramar, no bairro do Boqueirão. O primeiro cinema, chamado Cine Moderno, é inaugurado em 1909 e, por muitos anos, constitui-se na principal forma de diversão na cidade. Em 1918, já soma 7 salas de cinema e, na década de 1930, torna-se a cidade brasileira com o maior número de salas por habitante. Em 1948, é fundado

¹⁰ SANTOS (Município). Prefeitura. **Cidade criativa**. Disponível em: <<http://www.santos.sp.gov.br/?q=institucional/cidade-criativa>>.

o Clube de Cinema de Santos, considerado o mais antigo cineclube do Brasil. Em 2015, ano da candidatura à RCCU, tem 25 salas de cinema.

A cidade fortalece sua produção audiovisual ao lançar, em 2002, o Festival de Cinema de Santos, o Curta Santos, constituindo-se em catalisador da produção cinematográfica universitária e independente. Também são criados, posteriormente, cursos de graduação em audiovisual (Cinema e Audiovisual e Produção Multimídia), além de cursos livres em cinema com as Oficinas Querô, focadas em jovens de escolas públicas e de baixa renda familiar, capacitando-os em cinema, desde 2006, com o objetivo de inseri-los no mercado de trabalho, e os do Centro Europeu.

Por sua localização e diversidade geográfica, cultural e econômica, com o maior porto da América Latina, praias, favelas, morros, mangues, mata atlântica, área urbana plana, palafitas, centro histórico restaurado, Santos é procurada como cidade cenário para locação de produções cinematográficas, prática que vem se intensificando cada vez mais. Com isso, vem consolidando um mercado de apoio e prestação de serviços às produções audiovisuais. Até 2015, ano da candidatura à RCCU, havia registro de mais de 300 produções, que movimentaram cerca de R\$ 7 milhões.

Figura 4 – Jovens do Cinescola Querô em produção cinematográfica



Fonte: Instituto Querô

Segundo os cálculos da Prefeitura na época da candidatura, no caso de pequenas e médias produções, diariamente são gastos na cidade de R\$ 20 mil a R\$ 40 mil, entre alimentação, hospedagem, transporte, locação de espaços, contratação de figuração e mão de obra (carregadores, serralheiros, seguranças, técnicos de iluminação e cenografia etc.). Grandes produções de comerciais ou longas-metragens, que demoram mais tempo e utilizam maior número de profissionais e locações, podem chegar ao gasto diário de R\$ 200 mil.

Com o aquecimento do setor audiovisual, algumas empresas santistas vêm tendo oportunidade de se desenvolver. Na proposta de candidatura, a Prefeitura menciona o Antiquário Castelinho, da Aparecida, que se tornou referência no fornecimento de fantasias, roupas de época e acessórios às produtoras. Com acervo de vestuário de mais de 1000 itens, atende documentários regionais e filmes nacionais. No ramo hoteleiro, cita o Atlântico Hotel, no Gonzaga, utilizado com frequência para hospedar técnicos e atores. Em média, cada produção traz de 30 a 40 profissionais. Durante as filmagens do longa-metragem sobre a vida do ex-presidente Lula, em fevereiro de 2009, o hotel chegou a ter 150 hóspedes.

A produção local também merece destaque. A cada ano vem crescendo o número de produtoras locais, coletivos de cinema e audiovisual e produtores independentes. Em 2015, a cidade contava com 16 produtoras, cinco coletivos de audiovisual e realizava por ano mais de 100 produtos audiovisuais locais, o que gera a necessidade de investimentos, cada vez maiores, em capacitação da mão de obra específica do segmento na cidade. A estimativa era de que a cidade reunia cerca de 1.500 pessoas atuando direta ou indiretamente no mercado cinematográfico.

No *site* da Prefeitura Municipal de Santos, são apontadas pelo governo municipal cinco razões pelas quais Santos é uma cidade criativa:

1 – Cidade internacional

A localização geográfica já quis assim. Santos nasceu aberta ao mundo, seja no início como polo de imigração para os primeiros estrangeiros que chegaram ao Brasil, seja hoje como destino turístico e escala de cruzeiros marítimos. Santos sempre esteve atenta e acolhedora aos movimentos culturais e políticos de vanguarda, assumindo sua vocação inovadora marcante no presente e no planejamento do futuro de nosso país.

2 – Polo criativo

Os cidadãos de Santos se destacam pela criatividade, seja nas áreas culturais tradicionais artísticas como teatro e cinema, nas quais Santos se notabiliza como um celeiro de artistas seja em áreas como tecnologia, gastronomia e literatura.

3 – Polo cultural

Santos é pura efervescência cultural a partir de seus ativos culturais, que funcionam como arenas de fomento à cultura. A cidade possui cinco grandes teatros, sendo três deles municipais, incluindo o Teatro Coliseu que é a sede da

Orquestra Sinfônica de Santos, que conta com 41 músicos. Com o maior público proporcional de cinema do Brasil, a cidade conta com 22 salas comerciais e 3 salas públicas de cinema, sendo uma delas à beira mar – o Posto 4 Cine Arte.

4 – Cidade inovadora

Santos é uma cidade sempre em mudança, seja através da tecnologia ou através das soluções inteligentes para questões cotidianas, como a mobilidade urbana, destacando-se no planejamento urbano e sendo o primeiro polo brasileiro a receber o VLT – Veículo Leve sobre Trilhos.

5 – Patrimônio histórico

Santos possui um importante acervo histórico brasileiro, localizado principalmente em sua região central, composto por edifícios e monumentos que representam diferentes períodos da história.¹¹

Como desdobramento de seu trabalho, em âmbitos nacional e internacional, Santos foi escolhida para sediar, em 2020, a Conferência Anual da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, que deverá reunir mais de 200 cidades de todo o mundo. Além de cumprir integralmente os requisitos do edital de seleção, entre eles o compromisso com a missão da UNESCO, a Agenda 2030 da ONU e a Nova Agenda Urbana, onde a cultura e a criatividade são usadas como propulsoras do desenvolvimento urbano sustentável e da inclusão, o município elenca os seguintes fatores para a sua escolha:

- Eleita uma das 10 cidades mais seguras do Brasil no ranking Connected Smart Cities 2017;
- É a casa do Rei Pelé, de Neymar e do Santos Futebol Clube;
- É a terra da Caridade e da Liberdade e do primeiro hospital público do país, a Santa Casa de Misericórdia de Santos;
- É um local que respira cultura, inovação e arte (cinema, música, literatura, teatro, dança...), sempre na vanguarda de movimentos culturais, urbanísticos e políticos no Brasil;
- É uma das 10 cidades mais antigas do país, contando a história do Brasil através de seu rico acervo cultural e arquitetônico, com um programa de conservação e restauração atrelado à estratégia de desenvolvimento econômico da Cidade;
- Possui o maior jardim de praia do mundo com 7 km, segundo o Livro dos Recordes Guinness;
- Está a apenas 70 km de São Paulo, maior cidade da América do Sul, onde se localiza o segundo maior Aeroporto da América Latina (GRU);
- É a casa do maior porto da América Latina, o Porto de Santos, e a capital brasileira dos cruzeiros transatlânticos, recebendo até 1 milhão de turistas na temporada;
- É tradicional rota de turismo de negócios, com realização de grandes eventos, como o encontro anual da World Surf Cities em 2013, 13 seleções durante a Olimpíada de 2016, além de ter sido a única cidade brasileira a sediar duas seleções mundiais na Copa do Mundo 2014;
- Eleita a melhor cidade Brasileira para se viver de 2014 a 2017 e melhor cidade Brasileira para se viver após os 60 anos de idade pelo Instituto

¹¹ SANTOS (Município). Prefeitura. **Cidade criativa.** Disponível em: <<http://www.santos.sp.gov.br/?q=institucional/cidade-criativa>>.

Longevidade em parceria com a FGV, sendo a segurança urbana o grande destaque.¹²

Figura 5 – Vista aérea da orla de Santos e do maior jardim de praia do mundo



Fonte: Boqnews

¹² Idem.

3. ECONOMIA CRIATIVA COMO PILAR DO DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL DE SANTOS

Neste capítulo, a pesquisa se debruça sobre a cidade de Santos, procurando analisar, em primeiro lugar, a partir de que contexto sócio-econômico ela ingressa na RCCU como Cidade Criativa do Cinema e quais as mudanças implementadas pela gestão municipal para o fortalecimento da economia criativa. Em seguida, parte-se para o estudo de caso aprofundado sobre o Cinescola Querô, procurando entender como o cinema foi colocado no centro da política de desenvolvimento urbano sustentável, quais foram os desafios enfrentados para implementação do cinescola, a sua importância para a promoção do setor criativo do cinema, para a (trans)formação humana, cidadã e profissional de jovens e a abertura de oportunidades no ensino superior e no mercado de trabalho.

3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO: DISPARIDADES SOCIAIS EM UMA CIDADE PUJANTE

Como mencionado no capítulo anterior, Santos é uma cidade reconhecida por ter um alto padrão de qualidade de vida e de segurança, além de riquezas econômicas, culturais e naturais que fazem dela uma das 40 cidades mais ricas do país e uma das mais procuradas pelos turistas. Localizada na zona litorânea, a 73 quilômetros de São Paulo, Santos recebe 5 milhões de turistas ao ano. O município apresenta, no entanto, expressivos contrastes sociais e econômicos: tem excelentes indicadores, como o Produto Interno Bruto (PIB) de US\$ 7 bilhões e IDHM alto (0,840), segundo dados da Prefeitura, mas também zonas de alta vulnerabilidade social onde parte da população vive em condições precárias.

Com uma população estimada de 432.957 pessoas (IBGE, 2018), a cidade é o centro da Região Metropolitana da Baixada Santista, composta por nove municípios (Cubatão, Bertioga, Guarujá, São Vicente, Praia Grande, Mongaguá, Itanhaém, Peruíbe e Santos) com 1,7 milhão de habitantes. Tendo como principal porta de entrada o Porto de Santos, o maior da América Latina e responsável por 28% da balança comercial brasileira, a cidade recebe não só grande volume de riquezas e bens, mas também ideias, culturas e inovações oriundas de várias partes do mundo. Aliado a isso, a cidade se destaca, do ponto de vista econômico, por ter na Bacia de Santos o principal campo de exploração no pré-sal para produção de petróleo e gás natural no Brasil.

Figura 6: Mapa da Baixada Santista



Fonte: Wikivoyage

Se por um lado Santos reúne tantos indicadores positivos, por outro enfrenta desafios para superar a pobreza e promover o desenvolvimento em alguns bairros periféricos. O salário médio mensal dos trabalhadores formais é de 3,3 salários mínimos, mas o percentual de pessoas que ganham até meio salário mínimo é de 27,7% da população ocupada, o que coloca o município na posição 549 de 645 dentre as cidades do estado e na posição 5066 de 5570 dentre as cidades brasileiras (IBGE, 2019). Na análise do IDHM (PNUD, 2015) em diferentes regiões da cidade pode-se verificar tanto IDHM equivalente ao da Noruega, no bairro Boqueirão: Orla (0,956), quanto igual ao do Iraque, caso da Vila Gilda (0,746), onde os moradores vivem em casas improvisadas sobre palafitas.

Conforme indica Santos (2018), há três principais regiões de vulnerabilidade na cidade: 1) Morros, onde há moradias em áreas de risco; 2) Zona Noroeste, onde prevalecem habitações em palafitas sem saneamento básico, cuja população está estimada em 10 mil pessoas; e 3) Região do Mercado Central, abrangendo os bairros Vila Nova e Centro Paquetá, território no qual se concentram moradias multifamiliares em cortiços e graves problemas sociais associados à pobreza, prostituição e uso de drogas. Estas regiões vêm sendo objeto de atenção central do governo para uma espécie de “acupuntura urbana”, ou seja, “pequenas intervenções, tais como agulhadas da tradicional técnica de terapia chinesa,

que podem gerar resultados transformadores” em áreas mais vulneráveis. (LERNER, 2011 *apud* SANTOS, 2018, p. 5).

A fim de promover desenvolvimento urbano sustentável com crescimento econômico e inclusão social, a Prefeitura de Santos, a partir de 2013, coloca a economia criativa no centro do planejamento da revitalização urbana de áreas degradadas. A economia criativa torna-se princípio norteador da gestão municipal, a qual destaca os seguintes fatores positivos que a levaram a investir no potencial dos ativos criativos para o desenvolvimento: "gera produtos e serviços de alto valor agregado; fortalece a identidade cultural da cidade e do país; utiliza matérias primas inesgotáveis: criatividade e inovação; gera empregos em todos os estágios da cadeia produtiva; tem potencial altamente inclusivo, através de seus diferentes campos: artesanato, gastronomia, música, literatura, tecnologia, cinema, *design*".¹³

Na esteira do título de “Cidade Criativa do Cinema”, obtido em 2015, e tendo em vista a transformação urbana e social almejada nas regiões mais vulneráveis, a administração municipal concentra então seus esforços no desenho de um novo Plano Diretor de Desenvolvimento e Expansão Urbana do Município de Santos por meio da Lei Complementar Municipal nº 1.005/2018 (SANTOS, 2018a), que estabelece a gestão democrática e o direito à cidade em seu artigo 3º, e em alterações na Lei de Uso e Ocupação do Solo, Lei Complementar Municipal nº 1.006/2018 (SANTOS, 2018b).

As medidas implementadas pela gestão municipal, após o ingresso de Santos na RCCU, respondem à primeira pergunta que essa pesquisa procura elucidar: **quais as mudanças implementadas pela gestão municipal de Santos para o fortalecimento da economia criativa na *Cidade Criativa do Cinema***? Tais transformações se concentram em especial em duas frentes compostas pelos seguintes programas:

Vilas Criativas: centros culturais com instalações e equipamentos modernos criados para convivência social, nos quais são oferecidos cursos de qualificação profissional e de formação artística e cultural nas áreas da economia criativa, de forma a abrir oportunidades de trabalho, geração de renda e acesso inclusivo a serviços públicos. Construídas nos bairros com mais baixo IDH, as Vilas Criativas oferecem desde oficinas de qualificação, tais como

¹³ SANTOS (Município). Prefeitura. **Revista Santos Cidade Criativa**: Santos do Futuro. Disponível em: <http://www.santos.sp.gov.br/static/files_www/cidade_criativa/revista-santos-criativa-baixa-atualizada.pdf>.

padaria, escolas de moda e de beleza, até cursos de cinema, música, artesanato e atividades culturais e de convívio social para a comunidade. “São locais para a construção de capacidades e pertencimento civil para pessoas interagirem umas com as outras e usufruírem de cultura e inserção social”.¹⁴

Atualmente são sete vilas criativas implantadas na cidade, além da Ecofábrica Criativa, com as seguintes atividades de capacitação profissional e economia criativa:

- Vila Criativa Zona Noroeste (artesanato e gastronomia);
- Vila Criativa Morros (*design*-moda e artesanato);
- Vila Criativa do Mercado (artesanato e gastronomia);
- Vila Criativa Caruara (gastronomia e artesanato);
- Vila Criativa Progresso (padaria artesanal);
- Vila Criativa Penha (padaria artesanal);
- Vila Criativa Vila Nova (padaria artesanal e capacitação em audiovisual),

Figura 7 – Vila Criativa Vila Nova, na região do Mercado Central



Fonte: *Site* da Prefeitura de Santos. Disponível em:
<<http://www.santos.sp.gov.br/?q=institucional/cidade-criativa>>.

Distritos criativos: a partir do novo ordenamento do uso e da ocupação do solo para fins urbanos foram criadas Zonas de Uso Especial com normas próprias e incentivos fiscais

¹⁴ Idem.

(redução de impostos) para o desenvolvimento social, econômico e ambiental de forma estratégica, priorizando a mobilidade urbana, o lazer, a cultura, o esporte e o turismo, bem como Áreas de Proteção Cultural, nas quais se busca proteger bens imóveis e ampliar os incentivos à recuperação e preservação do conjunto arquitetônico e urbanístico. Nessas áreas foram criados dois polos criativos (Polo Criativo Centro e Polo Criativo Mercado), territórios para fomento das atividades que compõem a economia criativa, possibilitando a criação de arranjos produtivos locais e novos modelos de negócios, e três Distritos Criativos:

- Distrito Criativo do Valongo: destinado à implantação de um parque, recuperação de armazéns e articulação de usos compatíveis com a economia criativa, especialmente a gastronomia, o lazer, o turismo e a cultura, de forma integrada com diferentes modelos de transporte, entre eles o bonde turístico histórico santista. Nessa área estão localizados o Museu Pelé, o Museu Vivo dos Bondes e vários restaurantes, inclusive um restaurante-escola.
- Distrito Criativo do Paquetá: território para impulsionamento da economia criativa, sobretudo audiovisual e *design*, preservação do patrimônio e oferta de estacionamento. No local existem vários prédios históricos que serão revitalizados, inclusive em um deles ficará a Film Commission de Santos, estrutura de receptivo para as produções audiovisuais que utilizam Santos como “Cidade Cenário”.
- Distrito Criativo do Mercado: território que engloba áreas públicas na região da Bacia do Mercado, onde se busca impulsionar o turismo e implementar um polo de desenvolvimento da economia criativa, com destaque para o artesanato e a gastronomia.

De forma a introduzir o próximo tópico, este direcionado para a pesquisa propriamente dita sobre o Cinescola Querô e sua relação com o desenvolvimento urbano sustentável e a transformação social em Santos, por meio do cinema, parece pertinente descrever, de antemão, as características da Região do Mercado Central, localizado no bairro Vila Nova, área na qual está inserido o Querô. Em Vila Nova vivem 4.476 pessoas (IBGE 2010), a maioria em situação de pobreza, e registra-se um dos mais baixos IDHs do município. Neste bairro localiza-se o Mercado Municipal, que foi inaugurado em 1902, em uma praça hoje denominada Iguatemi Martins, e reconstruído em 1947, a partir de um

projeto modernista de autoria do arquiteto santista José Maria da Silva Neves, expoente da arquitetura nos anos 1930.

A Região do Mercado Central foi, durante muito tempo, habitada pelas famílias mais abastadas e tradicionais de Santos, instaladas em bonitos palacetes construídos com azulejos portugueses e espanhóis, esculturas e outros ricos ornamentos. Em decorrência do processo de migração desses moradores para a orla da praia, classificada como área mais nobre a partir de um novo conceito de “morar bem” no final do século XX, a região do Mercado perdeu importância ao longo dos anos, sofrendo com a degradação de seus prédios e a ocupação desordenada por moradias multifamiliares, os chamados cortiços.

A ideia é revitalizar a área por meio de um projeto maior de recuperação urbana e social da Região do Mercado Municipal, onde será implantada uma estação do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT), o que deverá atrair turismo cultural para a área e melhorar a mobilidade dos moradores locais. O imóvel do Mercado passará por uma reformulação arquitetônica em aço em seu interior e serão redefinidos seus usos. O projeto Mercado Criativo pretende, além da requalificação urbana do bairro Vila Nova, aumentar a segurança pública, melhorar os indicadores sociais da região, criar espaço de coworking, espaço multiuso com auditório, sala de reuniões, salas de aulas, conferência etc e requalificar empreendedores criativos que já trabalham no local.

A expectativa é que o Mercado Criativo venha a ser ocupado por pessoas egressas dos cursos de qualificação das Vilas Criativas, que poderão nos seus boxes fazer serviços de beleza, montar um antiquário, uma loja de artesanato, um estúdio de tatuagem, uma venda de pão artesanal ou cerveja artesanal, que é uma característica de Santos, aposta um secretário de governo entrevistado. Enfim, a ideia é fazer do Mercado Criativo um mundo mix.

A maior transformação urbana acontece por meio das pessoas e as diferentes linguagens criativas e culturais são o caminho para atingi-las. Nossa experiência tem demonstrado que a inovação e a criatividade são poderosos caminhos para o desenvolvimento social, econômico e urbano.¹⁵

¹⁵ Ibid.

3. 2 CINESCOLA QUERÔ: ESTUDO DE CASO SOBRE O IMPACTO DO CINEMA NA CIDADE CRIATIVA

No presente estudo de caso é feita uma análise profunda e exaustiva sobre o objeto, o Cinescola Querô, que permita o seu conhecimento amplo e detalhado (GIL, 2008), averiguação esta fundamental para se compreender qual o papel da escola de cinema da periferia na construção da *Cidade Criativa do Cinema*. O estudo de caso permite ainda um entendimento mais profundo do problema central que está na base dessa pesquisa: será que a cultura, aqui no caso o cinema, influencia no Desenvolvimento Urbano Sustentável? Como a cultura é colocada no centro do plano de desenvolvimento de uma cidade criativa do cinema? De que forma a cultura pode contribuir para a transformação econômica, social e humana?

Para responder tais questões, e sabendo que as respostas deste trabalho não esgotam o tema, utilizamos uma abordagem qualitativa, alinhada ao pensamento de Minayo:

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização das variáveis (MINAYO, 2000, p. 21-22).

O estudo de caso é trabalhado em duas frentes: a primeira buscando, de forma exploratória, fazer um levantamento bibliográfico e histórico a partir de leituras e fichamentos, análise de documentos, publicações impressas e virtuais, leis e normas da Prefeitura Municipal, análise do formulário de candidatura à RCCU, bem como relatórios e materiais do projeto Cinescola Querô relativos ao período entre 2016 e 2018; e, num segundo momento, realizando visitas de campo e entrevistas aprofundadas com seis pessoas, sendo dois gestores da Prefeitura Municipal, que ocupam cargos de secretário e secretário adjunto, um dirigente do Instituto Querô, um professor universitário de Cinema e dois egressos do Cinescola.

As entrevistas gravadas foram realizadas em Santos, entre os dias 13 e 17 de março de 2019, seguindo um roteiro aberto e diferente para cada categoria. É importante destacar que dois dos entrevistados desempenham mais de um papel, um atuando tanto como gestor público e professor de cinema em um curso universitário, e outro com funções de dirigente e também cineasta.

A fim de facilitar a compreensão do contexto histórico e cultural no qual se insere o Cinescola Querô, a seguir é apresentada uma descrição sobre o Instituto Querô e sua contribuição para o desenvolvimento do setor audiovisual em Santos. Nos tópicos abaixo procuramos, portanto, responder a mais duas questões prioritárias levantadas na introdução desse estudo:

- **Como o cinema pode contribuir para o processo de desenvolvimento urbano sustentável?**
- **Qual a importância do Cinescola Querô na promoção do setor criativo do cinema e na candidatura de Santos à RCCU?**

Trajatória das Oficinas Querô, embrião da Cidade Criativa do Cinema

A história do Instituto Querô, que pavimentou o caminho do Cinescola, começa em 2006, com o lançamento do filme Querô, inspirado no romance “Querô, uma reportagem maldita”, do escritor, jornalista, ator e diretor santista Plínio Marcos, publicado em 1976. O filme narra a história de violência e abandono do menino Querô, diminutivo de querosene, numa alusão ao produto utilizado pela mãe prostituta ao suicidar. Dirigido por Carlos Cortez e protagonizado por adolescentes e jovens santistas de baixa renda, selecionados como atores e técnicos de produção, o longa-metragem se passa nas “quebradas” da periferia de Santos, onde meninos e meninas excluídos sobrevivem a situações de violência e marginalidade no seu dia-a-dia.

Ficha Técnica do filme QUERÔ

Título: Querô

Direção: Carlos Cortez

Atores: Maxwell Nascimento, Ailton Graça, Milhem Cortaz com participação especial de Maria Luisa Mendonça e Ângela Leal

Fotografia: Hécio Alemão Nagamine

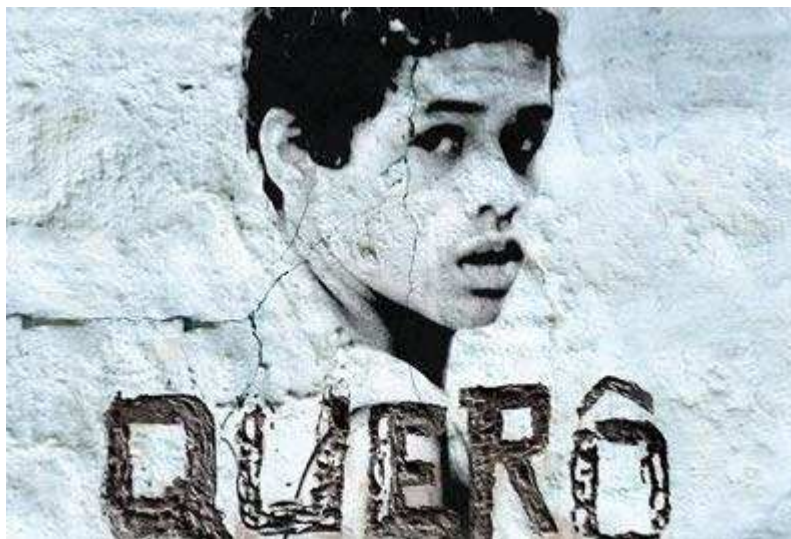
Duração: aprox. 90 min.

Distribuidora: Downtown Filmes

Ano: 2007

Formato: 35 mm / 1.1.85 / cor / Som digital

Figura 8 – Cartaz original do filme Querô, 2007



Fonte: AdoroCinema

Ao final das gravações, preocupada com a falta de oportunidades dos jovens das “quebradas” santistas, e em busca de uma alternativa de futuro para os meninos que tiveram a experiência transformadora de atuação no filme, a então produtora de elenco Tammy Weiss, responsável pelo processo de seleção com 500 jovens, ao lado do diretor Carlos Cortez, falecido em 2018, e Débora Ivanov, diretora da ANCINE, cria, em 2007, o Instituto Querô, uma Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público). Desde então, o Instituto utiliza o audiovisual como ferramenta para promover o acesso à cultura, a transformação cidadã, revelar talentos, estimular o empreendedorismo e ampliar a oportunidade de acesso de jovens de baixa renda ao mundo do trabalho.

Nos 12 anos do Instituto, que durante muito tempo funcionou sem sede fixa, mais de 400 jovens foram capacitados, 150 deles trabalhando no setor do audiovisual, que realizaram, só no Instituto Querô, 108 produções audiovisuais e conquistaram 55 prêmios em festivais nacionais e internacionais. O Instituto viabiliza seu trabalho por meio da captação de recursos de patrocínios, via leis de incentivo fiscais tais como a Rouanet, tendo como financiadores grandes empresas, entre elas o Banco Votorantim e o Brasil Terminal

Portuário, e também parcerias com o Ministério da Cidadania, a Prefeitura de Santos, a Prefeitura de Cubatão, o Sesc e o Unicef.¹⁶

A ideia de construir um cinescola em um dos galpões abandonados, ao lado do Mercado Central, surge em 2009, quando Tammy Weiss, coordenadora do Instituto, sugere o projeto ao prefeito na época, João Paulo Tavares Papa. Com o apoio do arquiteto santista José Maria Macedo, é desenvolvido um projeto arquitetônico ambicioso, que permitiria não só a revitalização de um dos galpões abandonados, mas também contribuiria para um processo maior de ressignificação da Região do Mercado Central, proposta em total sintonia com os princípios do desenvolvimento urbano sustentável de uma cidade criativa (LANDRY, 2013), mesmo que não houvesse essa compreensão naquele momento ainda.

O cinescola sonhado teria sala de cinema, salas de produção e estúdio de edição, tudo vinculado à produção cinematográfica e audiovisual por jovens de baixa renda e de escolas públicas e o acesso inclusivo da população à cultura. Tanto a Prefeitura quanto o Instituto empreendem esforços para concretizar a ideia, que, no entanto, mostra-se inviável ao longo dos anos dada a dificuldade de levantar recursos financeiros necessários à construção e à implantação da nova infraestrutura, que na época tiveram custo estimado de R\$ 8 milhões. O sonho, no entanto, não acabara ali.

3.2.1 Cinema como fator de revitalização da região do Mercado Central

Em 2015, quando Santos faz sua inscrição na RCCU, já sob a gestão do prefeito Paulo Alexandre Barbosa, a proposta de instalar o projeto Cinescola ao lado do Mercado Municipal, "região histórica onde residem famílias em situação de vulnerabilidade social, morando em cortiços, com poucas oportunidades de lazer e trabalho, favorecendo a prostituição e o tráfico de drogas" (SANTOS, 2015), é retomada com força total. Desta vez, a ideia torna-se um compromisso de inserção do Cinescola na política pública de desenvolvimento do município e também uma importante contribuição para o alcance dos objetivos locais junto à rede internacional.

Santos propõe em seu Plano de Ação (2016-2019) “a construção de uma ampla e espaçosa estrutura contemporânea com um cinema de 120 lugares para a comunidade e salas

¹⁶ SANTOS (Município). Prefeitura. **Instituto Querô**. Disponível em: <<http://www.santos.sp.gov.br/?q=portal/instituto-querô>>.

onde possam ser ministradas aulas para jovens que vivem em situação de vulnerabilidade social” (SANTOS, 2015). No local seria instalada a produtora de audiovisual administrada pelo Instituto Querô, que, na época, já reunia 39 prêmios de cinema em produções audiovisuais realizadas pelos jovens de escolas públicas capacitados para o mercado de trabalho.

O plano de construir, próximo ao mercado, um equipamento icônico – elemento considerado por Landry (2013) como uma das características vitais presentes nas cidades criativas, seja ele parte do patrimônio histórico antigo ou um novo prédio –, no entanto, esbarra de novo em dificuldades de ordem financeira devido ao estado de deterioração do galpão e ao custo elevado da obra em um momento de crise econômica, que, em valor atualizado, poderia chegar a R\$ 20 milhões, segundo o Instituto Querô. Nesse sentido, a principal proposta da cidade criativa à RCCU, em âmbito local, não se concretiza da forma planejada durante o processo de candidatura, mas serve de impulso para um processo amplo de desenvolvimento urbano sustentável da Região do Mercado Central.

O que poderia ter se tornado um problema na execução do Plano de Ação da Cidade Criativa do Cinema, foi resolvido também de forma criativa, a partir de uma parceria estratégica entre a Prefeitura e o Instituto Querô. O secretário entrevistado relata que, com o novo programa público das Vilas Criativas, o Cinescola foi instalado, em 2018, no segundo andar da Vila Criativa Vila Nova, equipamento cultural igualmente icônico, recém-construído pela Prefeitura em local bem próximo ao Mercado, no qual foi montado um cinema público confortável com equipamentos digitais de última geração, utilizado pelos alunos durante o processo de formação e pela comunidade em geral em sessões abertas de cinema.

O galpão degradado, que abrigaria o Cinescola Querô, foi adaptado, com baixos investimentos, e transformado na Ecofábrica Criativa, uma escola de marcenaria ecológica onde madeiras descartadas pelos santistas são reaproveitadas pelas mãos hábeis de empreendedores criativos da comunidade, que produzem móveis e outros objetos de decoração. A Ecofábrica deverá integrar também jovens do Querô ao projeto para que possam produzir cenários cinematográficos.

Desenvolvida em parceria pelo Fundo Social de Solidariedade e o Club *Design* de Santos, a Ecofábrica conta com o apoio de *designers* e arquitetos que fornecem projetos de mobiliário e decoração aos alunos. Premiada na categoria Social Impact Prize (1) pelo

Instituto alemão IF World *Design*, considerado o Oscar do *Design* Mundial, a Ecofábrica, em 2017, capacitou 80 alunos e reaproveitou três toneladas de madeira recolhidas pelo serviço de reciclagem municipal Cata Treco.

Figura 9 – Galpão da Ecofábrica Criativa, onde seria instalado o Cinescola Querô



Fonte: Revista News

Figura 10 – Aula de marcenaria ecológica na Ecofábrica Criativa



Fonte: Buskaki News. Foto: Francisco Arrais

A primeira constatação da pesquisa, portanto, é que a tarefa de promover a regeneração urbana em uma cidade criativa é complexa e desafiadora, exigindo vontade política, união de esforços e criatividade, qualidades necessárias para se fazer os atalhos e as adaptações necessárias no plano original. No caso em questão, foram encontradas alternativas utilizando os recursos locais e os ativos criativos da própria cidade. Como desejável e previsto em uma cidade criativa, a parceria entre o setor público, uma organização não governamental, a iniciativa privada e profissionais da chamada “classe criativa” (FLORIDA, 2000), como arquitetos, *designers* e cineastas, revela-se altamente profícua para a ressignificação cultural do centro e a sustentabilidade do Cinescola.

Uma dirigente do Cinescola Querô explica, na entrevista, que a solução foi a melhor possível porque o projeto está inserido na política pública do Programa Vilas Criativas e, em vez de usar os recursos captados para gerir a estrutura gigantesca de uma escola de cinema, está sendo possível executar mais projetos com os jovens: “eu prefiro fazer muitos projetos e ter uma estrutura enxuta do que ter uma infraestrutura enorme, mas poucos recursos para investir nos projetos de formação dos jovens em audiovisual”. E destaca a força das parcerias e das conexões em um projeto de cinema sustentável como o Querô:

Faltou um estúdio e uma sala de informática? Tudo bem porque isso eu tenho na Unimonte (universidade particular que oferece graduação em Cinema e Audiovisual), que é nossa parceira. As aulas não acontecem só aqui. A ideia é fazer o jovem circular, não queremos formar um gueto, né? É importante que o jovem pegue um ônibus e vá para o outro lado da cidade, entre numa universidade para fazer uma aula, frequente o MIS (Museu da Imagem e do Som vinculado à Secretaria de Cultura de Santos) ou assista uma das sessões no próprio Cinearte (pequeno cinema na beira da praia com preços simbólicos). (Dirigente do Cinescola Querô)

Ampliação do acesso da população da periferia ao cinema

Outro aspecto relevante destacado nas entrevistas se relaciona aos alcances e desafios registrados em Santos depois que a cidade ingressou na RCCU. No que se refere à ampliação do acesso ao cinema pela população de baixa renda trata-se de um ponto concreto, uma vez que o número de cinemas públicos na cidade dobrou com a implantação de três novas salas nas Vilas Criativas: uma na região dos cortiços no centro, uma na Zona Noroeste, que abriga 15 bairros periféricos, formando uma grande favela, e a outra no Morro da Penha, o mais alto de Santos e de mais difícil acesso.

Ter uma sala de cinema pública na Zona Noroeste ou no Morro de São Bento, onde eu nasci, é fantástico porque existe um preconceito da cidade quando o menino do Morro vem no centro. E, por isso, ele não quer ir ao shopping, onde ficam os cinemas. Lembra da época do “rolezinho”¹⁷? Hoje a gente tem cinema na “quebrada”, a molecada começa a entender que tem um papel na sociedade, uma oportunidade de fazer um filme, escrever uma história, um livro. (Egresso 1)

O depoimento do egresso 1 das Oficinas Querô, profissional de audiovisual hoje com 30 anos de idade, destaca a força do cinema como instrumento para impulsionar o desenvolvimento urbano sustentável e a mudança da realidade social na periferia. Em vez de o jovem sair do morro e ir para as áreas consideradas mais nobres, nas quais existem os cinemas de shoppings, onde costuma ser vítima de preconceito, ele hoje encontra boas salas, inclusive com programação de arte, no próprio bairro onde reside. Tais espaços contribuem para o processo de formação de público e a criação de novos hábitos culturais numa região onde faltam opções de lazer e cultura e muita gente nunca foi ao cinema.

Eu era uma folha branca. Não conhecia o audiovisual. Eu jogava bola, disso eu entendia muito bem, mas se fosse falar de cinema... Hoje eu e minha namorada discutimos filme francês. Eu não teria a possibilidade de ver um filme assim nunca, não conseguiria entender o que estava sendo dito ali. E todas essas coisas correram juntas e em paralelo, o Querô, a universidade, o Curta Santos, vi todo mundo crescendo. (Egresso 1)

No que diz respeito às mudanças ocorridas em Santos depois que ela se tornou Cidade Criativa do Cinema da RCCU, a posição dos entrevistados varia, sendo que os gestores públicos tendem a valorizar mais a iniciativa, enquanto egressos e dirigentes do Cinescola Querô vêm como não tão significativas as mudanças oriundas do título de cidade criativa propriamente dito. O secretário municipal entrevistado destaca que “o selo de cidade criativa referendou uma política de governo”, que deve se tornar uma política pública da cidade. O principal ganho da cidade com o título de cidade criativa, segundo ele, foi a implementação da política de fomento da economia criativa, tendo o cinema como carro-chefe.

As pessoas hoje no Brasil têm dúvidas em relação a todo programa, todo projeto que vem do poder público. Se perguntam ‘será que isso não é mais um marketing político’? Porque a gente está falando de algo intangível, de economia criativa. O que é economia criativa? A partir do momento em que você faz parte de uma rede internacional com a chancela da UNESCO, ela te dá uma credibilidade. O selo de

¹⁷ “Rolezinho”, diminutivo de rolê ou rolé, gíria brasileira, significa “fazer um pequeno passeio com um grupo de amigos” ou “dar uma volta”) é um neologismo para definir um tipo de flash mob ou coordenação de encontros simultâneos de centenas de pessoas em locais como praças, parques públicos e shopping centers. Os encontros são marcados pela internet, quase sempre por meio de redes sociais como o Facebook. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Rolezinho>>.

cidade criativa se transformou em uma política de governo, que talvez não tivesse tanta credibilidade pelo cenário político-institucional do Brasil hoje, que enfrenta uma descrença por parte da população. (Secretário)

Do ponto de vista da gestora municipal e professora de cinema entrevistada, desde a conquista do selo de cidade criativa até hoje houve de fato uma sensibilização do poder público em relação às questões de economia criativa de uma maneira geral:

O selo de cidade criativa trouxe essa sensibilização, que foi uma forma de alavancar a economia criativa e também de entender a potencialidade da cidade e sua vocação no setor. Uma das coisas mais importantes que eu destaco é a reestruturação da Film Commission de Santos, que passava por um processo de transição e, após o ingresso da cidade na Rede, houve um entendimento por parte do governo de que ela poderia trazer benefícios para a cadeia produtiva e em serviços para a cidade de maneira geral e aí hoje existe um cargo que não existia antes, uma coordenação de economia criativa na Film Commission, que agora está lotada no Escritório de Inovação Econômica da Prefeitura. Isso faz com que a gente consiga ter na cidade produções nacionais e internacionais e possa aproximar o nosso realizador dessas produções. (Secretária adjunta)

O fortalecimento da relação entre cultura e educação e tecnologia e empreendedorismo é outro aspecto destacado depois que Santos tornou-se cidade criativa e a política pública voltou-se para a economia criativa e o desenvolvimento urbano sustentável de base cultural. O secretário municipal explica que, para fixar as pessoas nesses bairros mais desfavorecidos, ou seja evitar o fenômeno de “gentrificação”, existe uma estratégia central de implantação de tecnologia nas escolas, envolvendo as crianças, e de inserção dos adultos de baixa escolaridade em cursos de requalificação profissional nos locais onde vivem.

O Programa Santos do Futuro, realizado entre o Parque Tecnológico e as secretarias de Educação e de Governo, vem possibilitando a preparação de alunos para fomentar a inovação, a tecnologia e o empreendedorismo. As aulas, que acontecem no ambiente do Parque Tecnológico, equipamento importante também instalado na esteira da cidade criativa, são atividades complementares ao turno escolar, nas quais os estudantes têm acesso a jogos estratégicos, robótica, linguagem de programação, educação financeira e empreendedorismo. Ao todo 1,5 mil alunos de ensino fundamental participam das aulas e está prevista a expansão do programa para outros nove polos.

A secretária adjunta entrevistada destaca que houve estreitamento da relação entre cultura e educação nos últimos anos, a partir de uma maior sensibilidade por parte do poder

público e da própria população santista. A Secretaria de Educação passou a utilizar os cinemas públicos para sessões com os alunos.

Hoje nós temos projetos na Zona Noroeste, por exemplo, como o Escola Total – A Escola Vai ao Cinema”, que oferece atividades no contraturno escolar, utilizando filmes que fazem jovens e crianças dialogarem sobre questões importantes na sua formação. O Escola Total atende 3.200 crianças e jovens em 10 núcleos. Com a Secretaria de Cultura existe o trabalho chamado “A Hora da Cultura”, que leva atividades artísticas para dentro da escola e que incluem o cinema. (Secretária adjunta)

A dirigente do Querô afirma que não viu mudança significativa depois que Santos tornou-se Cidade Criativa do Cinema, além de fama internacional:

O que aconteceu após o selo foi que a cidade ganhou uma notoriedade internacional, ganhou um respeito. Como eu conheci film commission no mundo inteiro, o que eu vi é que Santos tem um potencial muito maior do que a gente explora. A gente poderia estar dando um salto muito maior, mas isso é uma questão também de desenvolver uma política pública mais adequada para a Film Commission de Santos. A gente continua no mesmo nível, que é muito bom, de produção, de qualidade, de atendimento, de formação, de oferecer cursos e tanto que teve um salto em outros aspectos que fortalecem a economia criativa como novos eventos nos quais o audiovisual está inserido: Santos Jazz Festival, Festival de Café. (Dirigente do Querô)

O egresso 1 do Querô também não vê grandes mudanças após o título de cidade criativa e aponta os desafios enfrentados pelo setor de cinema em Santos:

O que melhorou eu não estou muito dentro. O que eu posso te dizer que melhorou foi a discussão, as salas de cinema, o debate, uma noção de que tem que fortalecer uma categoria. Já sobre os desafios, na minha opinião, precisamos dar mais um passo, produzir filmes de circuito, ficção. O Querô conseguiu fazer seu primeiro longa-metragem, chamado Sócrates, mas acho que agora o desafio é começar a fazer filmes para lançamento. (Egresso 1)

A seguir destacamos a parte da pesquisa referente aos resultados a respeito da formação de jovens, acesso dos egressos ao mercado de trabalho e à universidade.

3.2.2 Trans(formação) humana e cidadã e ingresso no mercado de trabalho por meio do cinema

O Cinescola Querô traz em seu DNA a preocupação central com a vida e o futuro dos adolescentes e jovens de famílias de baixa renda de Santos. Neste último capítulo

chegamos ao âmago da pesquisa, o embrião da existência da *Cidade Criativa do Cinema*. As entrevistas realizadas, sobretudo com professores e egressos, evidenciam o caráter humano do projeto e a aposta no poder transformador do cinema para reconstruir vidas, resgatar talentos e despertar a criatividade de cada jovem em um processo de crescimento individual e coletivo, ancorado em uma visão positiva de futuro.

O processo de formação do Cinescola corrobora a tese, discutida na parte teórica dessa pesquisa, de que o desenvolvimento urbano sustentável de uma cidade criativa só é possível se contemplar a cultura e se estiver centrado nas pessoas. De forma a exemplificar esse raciocínio, procura-se, em primeiro lugar, descrever e analisar o passo-a-passo de um processo que começa com uma formação cidadã, incluindo atividades que elevam a autoestima, o sentido de pertencimento, a empatia, a compreensão das diferenças etc, passa pela capacitação de jovens em arte-educação para atuarem junto a comunidades periféricas e em escolas, até chegar à capacitação técnica propriamente dita, que é a ponte para o ingresso no mercado de trabalho. Mostra-se ainda como as oficinas Querô despertam nos alunos a vontade de dar seguimento aos estudos em nível superior e, muitas vezes, o interesse em seguir carreira nas áreas de Cinema e de Comunicação.

Para tanto, utilizamos as entrevistas com alunos egressos, professores e gestores e também a análise dos Relatórios de Atividades dos anos de 2016, 2017 e 2018, com dados sobre oficinas realizadas, projetos com a comunidade e as escolas, atividades da Produtora Escola, exposições e festivais, prêmios conquistados, sessões de exibição de filmes, e o questionário de satisfação etc.

O Cinescola Querô trabalha com diversos projetos, nos quais os alunos participam dependendo da fase de formação em que se encontram. O carro-chefe são as Oficinas Querô, realizadas no primeiro e no segundo anos após o ingresso. No primeiro ano, há vagas para 40 alunos e no segundo para 20 jovens. O processo de seleção, realizado anualmente entre fevereiro e março, recebe jovens de 14 a 18 anos, moradores de regiões periféricas, de baixa renda familiar e estudantes de escolas públicas.

Depois da inscrição, são realizadas pequenas oficinas para observar os jovens no processo de produção audiovisual, a fim de verificar se eles têm o perfil para o curso. Passadas essas mini-oficinas, ocorre o dia de seleção final, que acontece no Sesc Santos, para o qual são convidados vereadores, pessoas ligadas à arte, ao cinema, ex-alunos do

projeto, pais de ex-alunos etc. Monta-se uma equipe multidisciplinar para participar de um debate com esses jovens pré-selecionados sobre determinado tema, por exemplo depressão.

Após o debate, são realizados exercícios práticos e dinâmicas a partir das quais são escolhidos os 40 integrantes da nova turma. O grupo selecionado tem, ao longo do primeiro ano, aulas de segunda a sexta-feira com profissionais de cinema convidados, de cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, com quem produzem filmes de curta-metragem. Geralmente são dois curtas - um de ficção e um documentário. No mês de dezembro, ao término do projeto, é feita uma grande estreia no cinema, para a qual são convidados os familiares, amigos, patrocinadores e os jovens têm oportunidade de apresentarem seus filmes num momento de grande emoção para alunos e familiares, segundo relata uma professora do Instituto Querô.

O primeiro ano é mais voltado para uma formação humana e cidadã, onde os alunos têm inclusive acompanhamento social. A dirigente do Cinescola Querô explica que um assistente social visita todas as casas dos alunos e faz um acompanhamento mais aprofundado da situação das famílias para conhecer a realidade de cada aluno e, dessa forma, poder ajudá-los a potencializar seus talentos.

E para que eles não se preocupem tanto em ajudar na renda familiar de casa, a gente apoia de todas as formas, fazendo encaminhamento para os programas públicos sociais quando necessário. (Dirigente do Cinescola Querô)

O processo de formação humana envolve o convite a profissionais de outras áreas, normalmente oriundos das universidades parceiras – Unifesp e Unimonte – que dão palestras, batem papo e discutem temas sociais. Um projeto especial é montado por uma professora doutora da Unimonte, que faz um planejamento anual, com uma aula por mês, onde o aluno tem que se relacionar com as diferenças, por meio de várias dinâmicas, e participar de aulas de humanismo. A partir daí, buscam projetos sociais para entender como podem fazer a diferença positiva na cidade com uma produção audiovisual. Um exemplo foi o trabalho realizado no Lar Vicentino, onde foram realizadas atividades com idosos e produzido um documentário.

Eles vão desenvolvendo projetos junto a instituições sociais, passando por uma formação onde aprendem a lidar com as diferenças e as dificuldades do próximo para entender melhor o seu eu e seu papel no mundo. (Dirigente do Cinescola Querô).

Para o segundo ano de formação, são selecionados 20 jovens da Turma de primeiro ano que se forma. Nessa fase, o aluno entra no processo de formação técnica para o mercado de trabalho, com menos aulas com profissionais e mais formação de campo. A produtora social Querô Filmes é a porta de entrada para os jovens aprendizes no mercado de trabalho, que passam a atuar como estagiários em suas produções audiovisuais. Os alunos fazem *making-off* de aulas, encontros cinematográficos e demais atividades do primeiro ano. Ou seja, ficam responsáveis pela cobertura de todo o ano da turma iniciante.

Figura 11 – Alunos realizam atividade audiovisual em sala de aula



Fonte: Instituto Querô

Figura 12 – Profissionais do Cinescola Querô e funcionários da Prefeitura



Fonte: Instituto Querô

Arte-educadores repensam a cidade com escolas e comunidades

No segundo ano, os jovens passam ainda por uma formação como arte-educadores, prestando vários serviços, principalmente para o Sesc, em oficinas de produção audiovisual e debates sociais com audiovisual. Nessa fase, os arte-educadores trabalham também em dois projetos de relevância tanto para a formação cidadã e técnica como de extensão: o Projeto Querô na Escola, por meio do qual eles dão aulas em oficinas de audiovisual para alunos das escolas públicas; e o Querô Comunidade, que leva os alunos para um trabalho de intervenção com audiovisual dentro de uma comunidade periférica.

No Querô na Escola, os jovens arte-educadores vão para escolas municipais e trabalham com 25 alunos das turmas de oitavo ano. Quase mil alunos são atendidos por ano em escolas de Santos e Cubatão:

Como arte-educadores, eles oferecem oficinas de produção audiovisual aos alunos da rede pública de ensino, aplicando dinâmicas e abrindo diálogos com outros jovens com temas atuais por meio do audiovisual. Dividida em três encontros – Sensibilização, Roteiro e Filmagem – durante a oficina, os alunos se apropriam das ferramentas audiovisuais e produzem os seus próprios curtas-metragens (1 a 5 minutos), dialogando com a escola, o bairro e sua comunidade. Todos os filmes produzidos são postados no canal

<www.youtube.com/queronaescola> para mais de 200 mil inscritos, além de exibidos em uma sessão de estreia especial realizada no Cine Roxy.¹⁸

Por meio do Querô Comunidade, os jovens arte-educadores escolhem uma comunidade da região periférica para fazer uma intervenção. Eles identificam uma temática de relevância social, que serve de ferramenta para a produção de um audiovisual que ajude as pessoas do lugar a pensarem soluções para seus problemas e desafios:

Empoderando moradores de comunidades de baixa renda a contarem suas histórias, o projeto Querô Comunidade busca refletir sobre as questões sociais das realidades nas quais as comunidades estão inseridas, levando o acesso à cultura e ao lazer. A equipe do Instituto Querô entra nas comunidades com sua ferramenta audiovisual, propondo diversas atividades como oficinas de produção audiovisual e cine debates, seguindo as necessidades e anseios dos quais os moradores buscam trabalhar, com a preocupação de ser um aliado da comunidade. O final do projeto resulta na produção de um curta-metragem, levando a voz da comunidade para diferentes mostras e festivais pelo país.¹⁹

A partir do terceiro ano, os estudantes já formados começam a trabalhar em atividades remuneradas, ou seja, estão no mercado de trabalho. Aí a produtora social Querô Filmes os contrata com remuneração e eles passam a atuar profissionalmente. Outras produtoras santistas que atuam nas áreas de cinema e publicidade, bem como de outras cidades que procuram Santos como cidade cenário para suas produções, também contratam os egressos do Cinescola.

Com base na evolução do trabalho implementado pelo Cinescola Querô nos anos de 2016, 2017 e 2018, recorte alvo dessa pesquisa, é possível compreender quais são as contribuições da escola de cinema da periferia de Santos para a indução do processo de desenvolvimento urbano sustentável na Cidade Criativa de Santos, centrado na mudança da realidade social dos jovens santistas da periferia, mas com abrangência muito maior em termos de transformação e inclusão na cidade e regiões periféricas. Aqui procuramos responder à questão: **Como uma escola de cinema na periferia pode induzir o processo de transformação social e cidadã?**

¹⁸ SANTOS (Município). Prefeitura. **Instituto Querô**. Disponível em: <<http://www.santos.sp.gov.br/?q=portal/instituto-querô>>.

¹⁹ Idem.

2016 – Experimentação do mundo do trabalho

O ano de 2016, celebração do aniversário de 10 anos das Oficinas Querô, começou com um recorde histórico no número de inscritos: 735 jovens (o dobro de 2015, quando foram registrados 368 interessados). Os 45 “querôs” selecionados – como são conhecidos os meninos que participam da formação – tiveram nesse ano 600 horas de aulas introdutórias de audiovisual e formação cidadã ao lado de profissionais da área em temas como: história e categoria do cinema, desenvolvimento de roteiro, edição e montagem, produção, fotografia, direção, som, luz, elétrica, locação e making off, direção de arte e figurino, assessoria de imprensa, desenvolvimento de projetos, cidadania e humanismo, informática, expressão verbal e Coletivo, quando foram abordados em grupo questões para debates sociais como Feminismo, Identidade de Gênero e Política.

Dos 11 projetos apresentados pelos jovens para produção, dois foram selecionados para gravação: “Unidos”, documentário que aborda o futebol de várzea em um bairro de São Vicente, e “Azuis”, apresentando o autismo e suas famílias de forma sutil e poética. Os meninos também produziram “Vidas ao Mar”, realizado na Escolinha de Surf Adaptado de Santos, contando a história de duas crianças portadoras de necessidades especiais que encontraram no surf uma forma de superar limites. Os trabalhos foram exibidos em uma grande festa para 600 convidados na sala do Cine Roxy, tradicional da cidade.

Para a turma de segundo ano, em 2016, foram selecionados 16 jovens que mais se destacaram para a chamada “experimentação do mundo do trabalho”, com aulas de segunda a sexta-feiras na Unimonte, envolvendo atividades de empreendedorismo e audiovisual, além da oportunidade de trabalho em projetos do Instituto Querô, da Querô Filmes, produtoras e coletivos culturais, somando 278 horas de trabalho, e mais 80 horas de reuniões e atividades pelo Projeto Demorô, uma parceria com a ACMD, Associação Comunidade de Mãos Dadas. O projeto de incubação Demorô foi a largada profissional para cinco jovens, que receberam cesta básica e remuneração para produzirem conteúdos exclusivos em coberturas de eventos, palestras e workshops.

Ao todo foram 778 horas de atividades em aulas teóricas e práticas com vistas a uma melhor formação profissional com aulas de orçamento, técnica e pré-produção, direção de fotografia still e publicitária, laboratório de desenvolvimento de projetos, pesquisa de linguagem, som, briefing, produção de eventos e bate-papos com coletivos da região.

Quanto às exibições e premiações em outros estados, em 2016, entre os 146 filmes selecionados para o festival Internacional de Curta-Metragem de Pernambuco, estavam o documentário *Abra esta Porta* e a ficção *Ao Redor*, produzidos pela turma das Oficinas Querô de 2015. O documentário ganhou os prêmios de Melhor Filme e Roteiro (escrito pelos próprios jovens ao lado do educador Rubens de Farias) sobre geladeiras customizadas pelos meninos e transformadas em bibliotecas que foram entregues a quatro comunidades de Santos.

Quadro 2 - Números Oficinas Querô (2016)

<u>Primeiro ano</u>	<u>Segundo ano</u>
735 inscritos	16 jovens capacitados
215 participantes em minioficinas	778 horas de atividades
170 jovens na seleção final	358 horas de trabalho
45 jovens selecionados	1 websérie em quatro capítulos
37 finalizaram o curso	
606 horas de atividades	
11 projetos documentais apresentados	
03 documentários produzidos	

Fonte: Instituto Querô

Quadro 3 - Números Querô na Escola (2016)

1044 alunos sensibilizados
594 interessados em participar
265 alunos absorvidos pelo projeto
221 profissionais da rede de ensino estimulados
08 meses de atividades

32 aulas realizadas
55 roteiros apresentados
10 profissionais diretamente envolvidos
10 curtinhas produzidos
06 prêmios entregues
45 mil votos durante votação popular
10 milhões de views no Youtube
96 horas de atividades
18 horas de formação de nova equipe

Fonte: Instituto Querô

2017 – Igualdade racial no centro dos debates do Cinescola

A luta pela igualdade racial e a ampliação do diálogo sobre o espaço dos negros no cinema esteve no centro do trabalho desenvolvido pelo Cinescola Querô em 2017. O assunto esteve no foco das atenções dos jovens devido à produção do curta-metragem “Ana” e do documentário “Estigma”, que trouxeram a debate questões como o racismo infantil e auto-identificação: “Ana é uma menina negra que não se reconhece como negra. Jeannette é uma professora refugiada com dificuldades de adaptação. Vítimas do racismo, elas descobrem juntas um modo de transformar a si mesmas” e “Estigma: substantivo.1. Marca ou cicatriz deixada por ferida. 2. Sinal natural do corpo”. Neste documentário, três mulheres contam histórias de como o estigma racial pode deixar feridas. (Sinopses do Cinescola Querô).

O filme “Ana” foi realizado em co-produção com a APAN – Associação dos profissionais de Audiovisual Negro, teve orientação da África do Coração, Federação das Comunidades dos Imigrantes Africanos na pesquisa da questão dos refugiados, Aliança Francesa de Santos no suporte às falas em francês, dentre outros parceiros importantes para a compreensão dos temas do racismo e dos refugiados. O filme traz ainda a inclusão de gênero como destaque da produção: além das protagonistas mulheres – Ana, 10 anos, e

Clarisse Mujinga, imigrante do Congo –, o roteiro foi escrito por duas jovens capacitadas nas Oficinas Querô – Isabella Rosa e Nicolle Ferreira – e dirigido por uma jovem negra da turma, Vitória Felipe dos Santos:

Para quem há 10 anos era a menina que não se via nos desenhos, novelas e filmes, que se olhava no espelho e não se entendia com amor e orgulho, participar desse ano do Querô foi um presente. Que o mundo avance, que o cinema brasileiro cresça, que nossas crianças tenham oportunidade de serem quem quiserem e que nós, mulheres negras, ocupemos todos os espaços (INSTITUTO QUERÔ, 2017).

Outro importante avanço em 2017 foi a oficialização da Formação Continuada, projeto de incubadora profissional do Instituto Querô voltado para a qualificação profissional dos jovens que passam pelas oficinas e sua colocação no mundo do trabalho audiovisual. Os jovens beneficiados são aqueles que passaram pelos dois anos de formação e já estão em condições de atuar profissionalmente. A produção de trabalhos audiovisuais por 29 jovens em 2017 - 20 vídeos para 12 clientes – são um indicador importante do acesso ao mercado de trabalho, um dos objetivos locais do Plano de Desenvolvimento da Cidade Criativa de Santos.

Quadro 4 - Números Oficinas Querô e formação continuada (2017)

19 jovens capacitados
Dois filmes produzidos sobre racismo
640 horas de aulas realizadas
39 profissionais ministraram aulas
Jovens assistiram 36 filmes e vídeos
20 vídeos produzidos por jovens profissionais
12 clientes atendidos pelos jovens profissionais
29 jovens em atividade
150 horas de trabalho

Fonte: Instituto Querô

Quadro 5 - Números Querô na Escola (2017)

797 alunos sensibilizados
502 interessados em participar
229 alunos selecionados
165 horas de atividades
22 temas apresentados
5 educadores em atividade
12 curtinhas produzidos
Mais de 33 milhões de visualizações no Youtube
150 mil inscritos no Youtube

Fonte: Instituto Querô

2018 – Inauguração do Cinescola Querô em Vila Nova, lançamento do primeiro longa-metragem e diversidade em foco

O ano de 2018 coroou o trabalho desenvolvido ao longo de 12 anos pelo Instituto Querô na cidade de Santos. No dia 30 de junho, o Cinescola Querô foi inaugurado dentro da unidade da Vila Criativa Vila Nova, bairro onde a instituição começou, em 2005, com as gravações do filme Querô. No cinema popular da Vila Criativa, os moradores do bairro, muitos que nunca tinham entrado em uma sala de cinema, passaram a frequentar as Sessões Pipoca com familiares e crianças da comunidade. No segundo semestre de 2018, foram sete sessões mensais realizadas, recebendo 295 espectadores.

2018 também marcou a história do Instituto Querô pelo lançamento de seu primeiro longa-metragem, o filme “Sócrates”, produzido por jovens das oficinas Querô em 2016 em parceria com a produtora Querô Filmes e o diretor Alex Moratto. O filme recebeu quatro prêmios internacionais e seis nacionais e atingiu grande visibilidade, sendo divulgado na imprensa internacional e na mídia nacional como o Programa “Como Será”, da Rede Globo, o Estadão e portais de cinema. Recebeu ainda três indicações para o *Independent Spirit*

Awards, considerado o Oscar do Cinema Independente. “Sócrates” estreou mundialmente no LA Film Festival, dia 20 de setembro, em Los Angeles (EUA), sendo indicado para 12 festivais em 2018 e recebendo 10 prêmios.²⁰

Quadro 6 - Exibições, festivais e prêmios conquistados (2018)

45 exibições realizadas
1302 espectadores nas exibições
36 vezes indicados para festivais
16 prêmios conquistados
Curta-metragem Ana: 18 vezes indicado para festivais e 4 prêmios conquistados
Curta-metragem Estigma: 6 vezes indicado para festivais e 1 prêmio conquistado
Longa-metragem Sócrates: 12 vezes indicado para festivais e 10 prêmios conquistados

Fonte: Instituto Querô

A fim de compreender o impacto da formação nas Oficinas Querô sobre a vida e o futuro dos jovens, apresentamos abaixo os trechos mais significativos das falas de egressos e professores quanto à transformação humana e cidadã:

A arte é uma coisa devastadora, ela vem e te muda muito! Você passa a conseguir conviver, a entender a arte, consegue falar de cinema, de Oscar com outras pessoas. É perceptível o quanto uma mina ou menino do curso evolui de cara. E o lance que eu acho mais legal de tudo é ele ver que a cidade é de cada pessoa, e que os jovens podem ir a todos os cantos. O menino que vai conhecer a universidade, um estúdio já se imagina quatro anos depois lá dentro. Isso já transforma a vida. (Egresso 1)

A fala do egresso 1, que usa a palavra “devastadora” no sentido positivo e exagerado de um jovem que viveu a transformação desde a gravação do filme Querô em 2005, quando tinha por volta de 15 anos, até hoje como um requisitado profissional de cinema, resume bem a força da experiência dos meninos e meninas que passam pelas Oficinas Querô. Outro

²⁰ Ibid.

aspecto relevante abordado pelo egresso 1 é o destaque ao exercício de cidadania do jovem do morro que passa a reconhecer a cidade como sua e o espaço da universidade como pertencente a ele também. Trata-se aqui de lembrar o conceito do direito à cidade de Lefebvre (1968) e Harley (2013) e as noções de Santos (1994) a respeito da ocupação do espaço urbano e do gozo do direito aos benefícios da cidade.

É inegável que o trabalho das oficinas transforma vidas. Se você pega um aluno que está entrando e conversa com ele daqui a oito ou nove meses, você vai entender. Não só ele sai de lá sensibilizado para o audiovisual, como sai como um cidadão completamente diferente, com uma autoestima elevada, com noção de cidadania, de quem ele é, do papel e da importância que ele está fazendo no mundo, da porta que está abrindo para ele. O Maxwell, por exemplo, que trabalhou no Querô e mora em Vila Nova até hoje, foi para a Globo e trabalhou em “Malhação”. (Professora de cinema)

O depoimento da professora de cinema, que também ocupa um cargo de gestora pública, é revelador no sentido de mostrar como a formação em audiovisual vai muito além do desenvolvimento desse setor da economia criativa, do acesso do jovem a ele e da oportunidade de ingresso ao mercado de trabalho. A professora e gestora passa o entendimento de que, em primeiro lugar, o jovem sai do Querô com outra compreensão de cidadania, do seu papel no mundo, o que faz toda a diferença para a elevação da autoestima e a coragem de alçar voos mais altos, como ela ressalta no caso do ator que deixa o bairro de Vila Nova para trabalhar no Rio, integrando o elenco do principal programa para adolescentes gravado nos estúdios da TV Globo. Depois retorna.

A mesma visão é compartilhada pelo egresso 2, uma jovem hoje produtora na Querô Filmes e fotógrafa de eventos, e também por uma dirigente da instituição:

A gente aprende audiovisual, a gente trabalha o audiovisual, mas o mais importante é a questão cidadã no curso. A gente acaba tendo aqui dentro discussões e questionamentos que não encontramos na escola nem em casa com os pais. (Egresso 2)

Os jovens saem daqui motivados para transformar suas vidas. Eles falam: “eu me tornei um ser humano melhor”. Eles não dizem “eu fiz o filme tal e foi demais!”, mas sim “eu me relacionei melhor com a minha família, comecei a enxergar no outro o que eu tenho e aceitar”. E é isso o que a gente quer: um ser humano melhor no meio ambiente, que vai respeitar as pessoas, ser menos intolerante e evitar a violência. (Dirigente do Cinescola Querô)

As Oficinas Querô, sempre focadas no uso do cinema como ferramenta para a transformação social, trabalhou, em 2018, com os temas da Diversidade e

Representatividade. Dessa vez o objetivo de suas produções foi “ampliar o diálogo e dar visibilidade às questões voltadas à comunidade LGBTQI+”. Por meio da produção do filme “Vestido de Azul”, curta de ficção dirigido por Diany de Jesus, os alunos do Querô trabalharam questões como a bissexualidade na Terceira Idade e arte Drag. Também foram produzidos três documentários: “Sou Pietra”, que conta a história de uma mulher trans de São Vicente; “Cidades dos Óvnis”, sobre aparecimento de extraterrestres na comunidade de Peruíbe; e “Tempo de Pai”, uma história sobre pai e filha que se reinventam depois da morte da mãe.

Quadro 7 - Números Oficinas Querô (2018)

576 jovens inscritos
45 selecionados
36 jovens capacitados
9 meses de atividades
4 filmes produzidos
60 filmes assistidos
450 espectadores na estreia
65 profissionais ministraram aulas
509 horas de atividades

Fonte: Instituto Querô

Quadro 8 - Números Querô na Escola (2018)

754 alunos sensibilizados
294 alunos selecionados
168 horas de atividades
26 temas trabalhados
12 curtinhas gravados

12 escola-instituições participaram
200 pessoas na sessão de estreia
42 milhões de visualizações no Youtube
200 mil inscritos no Youtube

Fonte: Instituto Querô

Um bom exemplo de como o cinema é usado como indutor do desenvolvimento urbano sustentável em Santos foi o projeto audiovisual implementado, em 2018, pelo Querô Comunidade no bairro Saboó, região de alta vulnerabilidade social formada pelo Morro Saboó, Conjunto Athiê Jorge Cury, Conjunto Mário Covas, Favela Pantanal e Chico de Paula. A partir de uma pesquisa na região foi criada uma rede de mobilização e participação social no projeto, formada por quatro associações de moradores, três escolas, um Centro de Referência e Assistência Social (CRAS), três OSCs, três entidades religiosas e espíritas, um clube de futebol e uma escola de samba, além de lideranças independentes.

O tema escolhido por votação pelos participantes foi sobre alagamentos, problema antigo no bairro devido à falta de escoamento de águas pluviais. Após seis encontros, três dias de gravações e pesquisas com biólogos, geólogos, engenheiros, historiadores, professores, comerciantes e moradores que perderam suas casas em temporais, os alunos do Querô produziram um documentário juntamente com a comunidade. O filme “Ilha do Saboó”, que mostra o cotidiano dos moradores que convivem há 30 anos com sucessivos alagamentos, abriu um processo de reflexão por parte da comunidade e vem sendo usado para pleitear ações do poder público para solucionar o problema urbano que prejudica as condições sociais e de moradia do bairro Saboó. “O que a população espera do poder público e o que o poder público está fazendo para resolver esse problema”, indaga o Querô na sinopse do filme.

Quadro 9 - Números Querô Comunidade (2018)

34 jovens participantes
50 inscritos
7 profissionais envolvidos

1 filme gravado
9 filmes assistidos
24 horas de atividades
6 encontros
3 diárias de gravações

Fonte: Instituto Querô

Em termos de acesso ao mercado de trabalho, uma das metas do Plano de Desenvolvimento de Santos junto à RCCU, os dados de 2018 mostram uma evolução considerável em comparação com 2017. Em 2018, os jovens profissionais produziram 63 vídeos, entre projetos institucionais e coberturas de eventos, somando 371 horas de trabalho. Em 2017, foram produzidos 20 vídeos, menos de um terço de 2018, em 150 horas de trabalho.

Entre os trabalhos remunerados desenvolvidos pelos jovens do Querô – coberturas, vídeos, edições, produções etc – estão os seguintes clientes: Votorantim, Santos Film Fest (28 de agosto a 05 de setembro), SOGESP, a Associação de Obstetrícia e Ginecologia de SP, ONG ACMD; Editora Kondzilla, projeto Borá Lá, MindLab, Fundação Cargill.

Quadro 10 - Números Produtora Escola (2018)

30 jovens em atividade
63 vídeos produzidos
19 projetos atendidos
5 projetos feitos na sala de roteiristas
260 pessoas envolvidas
371 horas de trabalho

Fonte: Instituto Querô

Os resultados da pesquisa de satisfação 2018 realizada pelo Cinescola Querô com os alunos confirmam ainda a importância dos cursos de formação em audiovisual sob outros aspectos tais como promoção da cidadania, da formação humana, melhora no rendimento escolar e no relacionamento com a família, dentre outros alcances destacados no quadro abaixo.

Quadro 11 – Questionário de Satisfação 2018

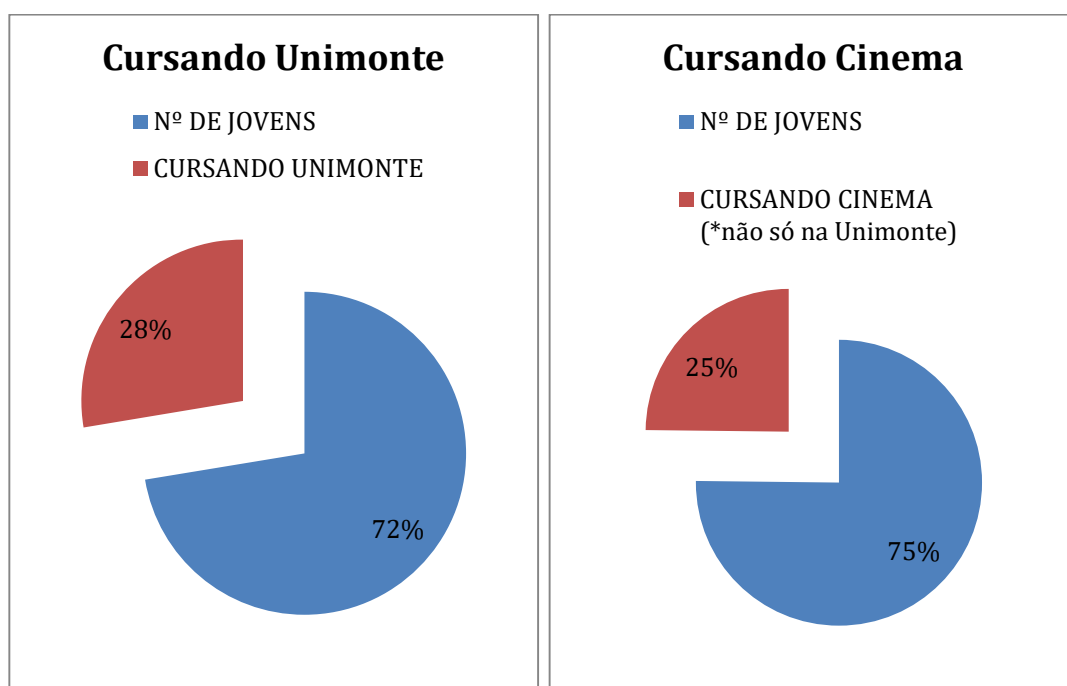
Ficaram satisfeitos	98%
Não ficaram satisfeitos	2%
Como o curso contribuiu à sua vida?	
Ser uma pessoa melhor	44%
Mais responsabilidade	30%
No futuro profissional	26%
Com o Querô você aprendeu a...	
Ser mais humano	52%
Trabalhar em grupo	27%
Empatia	21%
Houve melhora no relacionamento familiar?	
Sim	73%
Não	27%
Houve melhora no rendimento escolar?	
Sim	65%
Não	35%
Pretende trabalhar na área de audiovisual	
Sim	80%
Não	20%

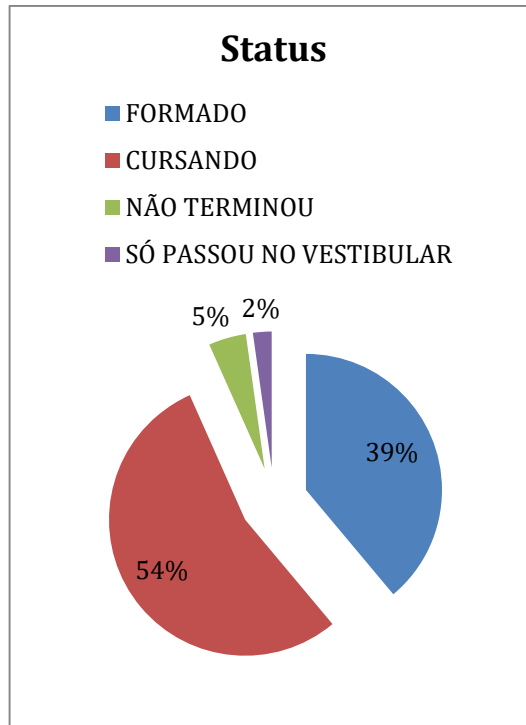
Fonte: Instituto Querô

Como verificado no quadro acima, 80% dos alunos que passaram pelo Cinescola Querô afirmam que têm interesse em continuar trabalhando na área de audiovisual, o que

demonstra como o curso ajuda a nortear os jovens profissionalmente. O impacto positivo das Oficinas Querô no futuro acadêmico dos alunos é também significativo, conforme indica o acompanhamento realizado pelo Instituto Querô, entre 2011 e 2019: um total de 97 alunos passaram no vestibular para cursos universitários, sendo 32 deles na área de cinema (Figura 13 abaixo).

Figura 13 – Jovens na universidade





Fonte: Instituto Querô

O ingresso na universidade não é algo automático nem fácil para os jovens da periferia de Santos. Para conseguirem ingressar nas faculdades privadas que oferecem cursos de cinema e comunicação, a maioria deles precisa recorrer a bolsas, crédito estudantil e ao Fies (Fundo de Financiamento Estudantil), programa do governo federal que financia cursos de graduação em instituições de ensino particulares. Ao tornarem-se devedores, aumenta a necessidade de ingresso no mercado de trabalho para que possam no futuro pagar as mensalidades do crédito educativo.

Apesar de terem apoio do Cinescola Querô e da Querô Produções para acesso ao mundo do trabalho, as produções no mercado audiovisual são irregulares e sem uma carreira estruturada, o que faz com que os jovens enfrentem uma situação de insegurança profissional, sem qualquer garantia de sustentabilidade financeira. O trabalho no ramo audiovisual é muitas vezes informal e interrompido ao longo do tempo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na contramão da visão reducionista de cidades criativas como ambientes urbanos ancorados na economia da cultura, a pesquisa sobre Santos traz como principal contribuição uma perspectiva mais alargada e diferenciada de tal conceito a partir da análise da realidade de uma cidade brasileira. Embora tenha em sua base uma política pública centrada no fomento à economia criativa, em especial no setor de cinema, Santos parece estar se fortalecendo como cidade criativa, sobretudo pelo poder de transformação da realidade social e urbana a partir da cultura, valorizando os potenciais únicos e singulares existentes no seu território e a criatividade de seus moradores, promovendo o que Furtado (1998) classifica como desenvolvimento endógeno inclusivo fundamentado na diversidade cultural regional brasileira.

De fato, mesmo tendo no centro de suas ações junto à RCCU o intercâmbio internacional com outras cidades de diferentes países, Santos vem pautando o desenvolvimento da *cidade criativa do cinema* a partir de referências da sua própria história e do seu patrimônio cultural e buscando parcerias locais bem-sucedidas que ajudem o poder público em políticas de superação das desigualdades sociais, como é o caso do Instituto Querô. Por meio desse estudo foi possível concluir que o trabalho do Cinescola Querô na periferia santista tem impactos significativos na vida dos jovens tanto em termos de acesso ao mercado de trabalho e ao ensino superior quanto de transformações cidadãs e humanas fundamentais para a concretização de um ambiente criativo na cidade (LANDRY, 2013).

A experiência de formação de jovens de baixa renda em audiovisual pelo Cinescola Querô e sua relação embrionária com a candidatura à RCCU sugerem que a cidade criativa se cria e se sustenta quando o território é “sujeito (e não objeto!) de um novo desenvolvimento que seja libertador e humano”, como lembra Leitão (2017), indo muito além da economia e da criatividade. Ou seja, se estiver centrado nas pessoas e na (trans)formação de vida da comunidade. É a indicação de que a cultura, baseada em uma política pública criativa, libertadora e de continuidade, pode ser catalisadora do processo de desenvolvimento urbano sustentável, contribuindo com a construção de uma cidade mais inclusiva e humana.

O processo de desenvolvimento do cinema em Santos, por meio da formação oferecida pelo Cinescola Querô, abriu a possibilidade de apropriação dos espaços públicos

da cidade pelos jovens de comunidades periféricas, propiciando o gozo do direito à cidade e de participação na vida cultural urbana. Dessa forma, remetendo a Léfèbvre (2001) e Santos (1994), o direito à cidade vem sendo exercido nos chamados polos de pobreza, nos quais a população geralmente é atingida por processos de segregação socioeconômica e excluída dos benefícios da vida urbana. Por meio das conexões e dinâmicas culturais das Oficinas Querô, vem sendo possível ampliar o acesso inclusivo a cinema de qualidade, dar oportunidades aos alunos de baixa renda de escolas públicas de realizar produções audiovisuais em diferentes bairros da cidade, e inclusive de interferir na realidade de comunidades vulneráveis, indicando a solução de problemas sociais e urbanos denunciados em documentários e vídeos, e de frequentar universidades e outras instituições culturais e de ensino superior.

O caso de Santos demonstra ainda que o desenvolvimento urbano sustentável de base cultural depende da parceria concertada entre Estado, organizações não governamentais, empresas e sociedade, envolvendo as esferas pública e privada. A estratégia da Prefeitura Municipal de se associar a uma Oscip e transformar as Oficinas Querô em política pública, instalando o Cinescola dentro de um equipamento cultural em área degradada e com população vulnerável – a Vila Criativa Vila Nova – é um exemplo de como promover transformação e inclusão social e, ao mesmo tempo, revitalizar ambientes urbanos degradados em bairros periféricos. Esse caminho aponta uma possível saída para outras cidades brasileiras que enfrentam problemas semelhantes e têm potencial para gerar desenvolvimento por meio da cultura.

A partir dos resultados dessa pesquisa é possível concluir que o que confere o caráter de cidade criativa a um lugar não é a obtenção de uma chancela, título ou o ingresso em uma rede internacional, embora esta seja uma estratégia importante para o impulsionamento de tal política, mas sim o trabalho contínuo de construção de capacidades, formação humana e profissional de seus moradores, despertando seus talentos criativos e abrindo novas oportunidades de inovação, conexões, geração de negócios criativos, trabalho e renda.

Ainda que não tenha sido propósito inicial desta pesquisa, é importante observar que o caso de Santos permite uma análise clara de como uma política pública cultural, tendo como foco principal o cinema, pode contribuir para a implementação da Agenda 2030 da ONU em uma cidade criativa, assunto que mereceria um aprofundamento posterior. Neste sentido, até onde o estudo pôde constatar, há compatibilidade do processo de

desenvolvimento urbano sustentável da cidade com vários ODS e diferentes metas almejadas pelos países comprometidos com a realização da Agenda 2030, entre eles o Brasil. Neste estudo, de forma preliminar e considerando que esse não foi o foco da investigação, podemos destacar iniciativas condizentes com o atingimento de pelo menos três ODS e várias metas:

ODS 11 – Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis

Meta 11.3 – Até 2030, aumentar a urbanização inclusiva e sustentável, e as capacidades para o planejamento e gestão de assentamentos humanos participativos, integrados e sustentáveis, em todos os países.

Meta 11.4 – Fortalecer os esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo.

Meta 11.7 – Até 2030, proporcionar o acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes, particularmente para as mulheres e crianças, pessoas idosas e pessoas com deficiência.²¹

Esse ODS tem relação direta com o objetivo proposto pela *Cidade Criativa do Cinema* de “**usar o cinema como fator de desenvolvimento urbano e revitalização de áreas degradadas e socialmente vulneráveis, por meio do Cinescola Querô**”. Para o alcance do ODS 11, estão sendo empreendidas em Santos sólidas ações já relatadas nesse estudo, tais como a regeneração urbana do centro degradado da cidade, a revitalização da Região do Mercado Central, a construção de vilas criativas, o reordenamento urbano com a criação de distritos e polos criativos e de Áreas de Proteção Cultural, nas quais se busca proteger bens imóveis e ampliar os incentivos à recuperação e preservação do conjunto arquitetônico e urbanístico.

No que se refere ao objetivo de “**aumentar as oportunidades de emprego para jovens através do projeto Cinescola, com foco em capacitação e integração sustentável no mercado de trabalho**”, outra proposta apresentada no Plano de Ação 2016-2019 de Santos à RCCU, esta pesquisa conclui que o trabalho de formação cidadã e técnica em audiovisual desenvolvido em Santos, por meio da parceria com o Instituto Querô, e também as oficinas de requalificação técnica de adultos (padaria, artesanato, marcenaria etc.) oferecidas nas Vilas Criativas, estão contribuindo para a implementação dos ODS 4 e 8:

²¹ NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Transformando nosso mundo**: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>.

ODS 4 – Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos

ODS 8 – Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos

Meta 8.3 – Promover políticas orientadas para o desenvolvimento, que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

Meta 8.5 – Até 2030, alcançar o emprego pleno e produtivo e trabalho decente a todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor.

Meta 8.6 – Até 2020, reduzir substancialmente a proporção de jovens sem emprego, educação ou formação.

Meta 8.9 – Até 2030, conceber e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais.²²

Nesse sentido, é possível concluir que, ao ser colocado de forma estratégica no centro do plano de desenvolvimento da cidade de Santos, o cinema, aliado ao programa mais amplo de economia criativa, vem sendo um importante instrumento para a implementação de iniciativas que contribuem para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Agenda 2030 das Nações Unidas. Mais do que isso, a pesquisa mostra que uma política pública centrada na economia criativa e nas pessoas, como é o caso do Cinescola Querô, pode impulsionar o desenvolvimento urbano sustentável, aplicando a “acupuntura urbana” que torna as cidades mais humanas, inclusivas e sustentáveis, a partir da transformação cidadã e da inclusão social.

Ao se analisar o cenário da cultura de forma mais ampla, no entanto, o futuro não parece promissor no Brasil. A utopia de Furtado de se atingir um novo padrão de desenvolvimento nacional focado no crescimento econômico endógeno, por meio da valorização da diversidade cultural brasileira, do fortalecimento da economia criativa e da promoção da inclusão social, vem sendo gradativamente desconstruída em função de um

²² Idem.

processo de descontinuidade e rupturas na gestão pública da cultura, em âmbito federal, que redundou, em 2019, na extinção do Ministério da Cultura, 34 anos depois de sua criação. Impactado historicamente pela alternância entre governos autoritários e democráticos, os quais, em alguns períodos, fortalecem o papel do Estado na indução do desenvolvimento cultural, e, em outros momentos, o abandonam à própria sorte, o setor, ao que tudo indica, ingressa numa nova fase de incertezas.

A despeito de todo o progresso alcançado com a política pública cultural ao longo do processo de democratização do País, desenvolvida a partir de processos de escuta à sociedade e de protagonismo social, há sinais claros de absoluto retrocesso na condução do setor pelo Estado Nacional. Diante do enfraquecimento das funções da antiga Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura, marcada por sucessivas reestruturações nos últimos anos, a situação parece se agravar em função de abalos profundos nos rumos da política federal, trazendo prováveis reflexos negativos sobre o desenvolvimento da economia criativa no Brasil, tema que, sem dúvida, merece ser objeto de estudo mais aprofundado no futuro.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ÁLVAREZ, V. C. **Diversidade cultural e livre-comércio: antagonismo ou oportunidade?** Brasília: Instituto Rio Branco, 2008.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Valor adicionado pelo setor audiovisual: estudo anual 2016 (ano-base 2014)**. Rio de Janeiro: ANCINE/Coordenação de Análise Técnica de Regulação (CTR), out. 2016.

ASHTON, M. S. G. **Cidades criativas: vocação e desenvolvimento**. Novo Hamburgo: Feevale, 2018.

BELÉM (Município). Prefeitura. **Gastronomia criativa**. Disponível em: <<http://www.belem.pa.gov.br/gastronomiacriativa/>>.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Supremo Tribunal Federal, 2018. Disponível em: <<https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/legislacaoConstituicao/anexo/CF.pdf>>. Acesso em: 11 mai. 2019.

_____. Constituição (1988). Emenda Constitucional nº 48, de 10 de agosto de 2005. Acrescenta o § 3º ao art. 215 da Constituição Federal, instituindo o Plano Nacional de Cultura. **Diário Oficial da União**. Brasília, 11 ago. 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc48.htm>.

_____. Decreto nº 6.177, de 1º de agosto de 2007. Promulga a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, assinada em Paris, em 20 de outubro de 2005. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2 ago. 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6177.htm>.

_____. Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura - PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais - SNIIC e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, 3 dez. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm>.

_____. Ministério da Cultura. **Caderno Diretrizes para o Plano Nacional de Cultura**. Brasília, jun. 2008a.

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

_____. Ministério da Cultura. **Plano Nacional de Cultura**. Disponível em: <<http://pnc.cultura.gov.br/>>.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Agenda 21 global**: Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Rio de Janeiro, 1992. Brasília, 1992. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>.

_____. Senado Federal. **Estatuto da Cidade**: Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001, regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. 3. ed. Brasília, 2008b.

CASTELLS, M. **A questão urbana**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1996

CONSELHO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS E SÍTIOS (ICOMOS). Declaração do México. In: CONFERÊNCIA MUNDIAL SOBRE AS POLÍTICAS CULTURAIS, 1982, México. **Anais...** Cidade do México: ICOMOS, 1982. Disponível em: <<https://www.joinville.sc.gov.br/wp-content/uploads/2017/09/Declara%C3%A7%C3%A3o-Confer%C3%A2ncia-Mundial-sobre-Pol%C3%ADticas-Culturais-Mondiacult-M%C3%A9xico-1982.pdf>>.

DE MARCHI, L. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.**, v. 37, n.1, p.193-215, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442014000100010&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 12 maio 2019.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>>.

FERREIRA, V. M. S. **A Rede de Cidades Criativas da UNESCO**: uma perspectiva das cidades brasileiras. 2017. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

FIGUEIREDO, João Luiz de; JESUS, Diego Santos Vieira de (Orgs.). **Cidades criativas**: aspectos setoriais e territoriais. Rio de Janeiro: E-papers, 2017. (Contextos e pesquisas, 5).

FLORIDA, R. **Cities and the creative class**. London: Routledge, 2004.

_____. **The rise of the creative class, and how it is transforming work, leisure, community and everyday life**. New York: Basic Books, 2000.

FÓRUM DE AUTORIDADES LOCAIS DE PORTO ALEGRE PARA A INCLUSÃO SOCIAL, 4. FÓRUM UNIVERSAL DAS CULTURAS, 7-8 maio 2004, Barcelona. **Agenda 21 da cultura:** um compromisso das cidades e dos governos locais para o desenvolvimento cultural. Barcelona, 2004. Disponível em: <<http://pnc.cultura.gov.br/wp-content/uploads/sites/16/2012/10/2-agenda-21-da-cultura.pdf>>.

FURTADO, C. **O capitalismo global**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

_____. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

_____. **Cultura e desenvolvimento em épocas de crise**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

_____. **O mito do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

FURTADO, R. F. d'Aguiar (Org). **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, Centro Internacional Celso Furtado, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HARVEY, D. O direito à cidade. **Revista Piauí**, n. 82, 2013. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-direito-a-cidade/>>.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Pinguim Press, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Santos: panorama**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/santos/panorama>>. Acesso em: 11 maio 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA E APLICADA (IPEA), **Cultura viva: avaliação do Programa Arte, Educação e Cidadania**. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=3504>. Acesso em: 02 maio 2019.

INSTITUTO QUERÔ, **Relatório anual de atividades 2017**. Santos, 2017.

LANDRY, C. **The art of city making**. London: Earthscan, 2006.

_____. **The creative city: a toolkit for urban innovators**. London: Earthscan, 2003.

_____. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: SESI-SP Editora, 2013.

_____. Prefácio. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 13-14. Disponível em:

<https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>.

_____; BIANCHINI, F. **The creative city**. London: Demos, 1995.

LÉFÈBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

_____. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: EDUFMG, 2004.

LEITÃO, C. S. Economia criativa e desenvolvimento. **Revista Será**. Recife, 2015a. Disponível em: <<http://revistasera.ne10.uol.com.br/economia-criativa-e-desenvolvimento-claudia-leitao/>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

_____. Por um Brasil criativo. **Revista Observatório Itaú Cultural**. São Paulo: Itaú Cultural, n. 18, 2015b.

LOIOLA, E.; MIGUEZ, P. Sobre cultura e desenvolvimento. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA - ENECULT, 23-25 maio 2007, Salvador. [**Trabalho apresentado**]. Salvador: Faculdade de Comunicação/UFBA, 2007. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/ElizabethLoiola_PauloMiguez.pdf>.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/139/4/Teorias%20e%20politicadas%20cultura.pdf>>.

MINAYO, M. C. de S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2000.

ONU-HABITAT. **Nova agenda urbana: Habitat III; Declaração de Quito sobre Cidades e Assentamentos Humanos sustentáveis para Todos**, Quito, 17-20 Oct. 2016. Angola, 2017. Disponível em: <<http://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-Portuguese-Angola.pdf>>.

PACHECO, A. P. de C.; BENINI, E. G. A economia criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado. **Revista de Economia Política**, v. 38, n. 2, p. 324-337, jun. 2018.

PARDO, J. Gestão e governança nas cidades criativas. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 84-94. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>.

PÉREZ DE CUÉLLAR, J. **Nossa diversidade criadora**. Brasília: UNESCO; Campinas: Papirus, 1997.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Atlas do desenvolvimento humano nas regiões metropolitanas brasileiras**: Baixada Santista, Campinas, Maceió e Vale do Paraíba. Brasília: PNUD, Ipea, FJP, 2015. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/data/rawData/atlas_editorado_web_pt.pdf>. Acesso em: 11 maio 2019.

_____. **Transformando nosso mundo**: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://www.br.undp.org/content/dam/brazil/docs/agenda2030/undp-br-Agenda2030-completo-pt-br-2016.pdf>>.

REIS, A. C. F. **Cidades criativas**: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo. 2011. Tese (Doutorado em Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2011.

_____. (Org.). **Cidades criativas**: soluções inventivas; o papel da copa, das olimpíadas e dos museus internacionais. São Paulo: Garimpo de Soluções; Recife: FUNDARPE, 2010. Disponível em: <<https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Cidades-Criativas-Solu%C3%A7%C3%B5es-Inventivas-final2.pdf>>.

_____; KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf>.

RUBIM, A. A. C. Crise e políticas culturais. In: BARBOSA, A. B. et al. (Orgs.). **Cultura e desenvolvimento**: perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 13.

SANTOS (Município). Prefeitura. **Políticas culturais no governo Lula**. Salvador: EDUFBA, 2010.

_____. **Formulário de candidatura**: Santos, Cidade Criativa do Cinema. Santos, 2015.

_____. **Lei Complementar 1.005 de 17 de julho de 2018**. Plano Diretor de Desenvolvimento e Expansão Urbana do Município de Santos. 2018a. Disponível em: <<https://diariooficial.santos.sp.gov.br/edicoes/inicio/download/2018-07-17>>.

_____. **Lei Complementar 1.006 de 16 de julho de 2018**. 2018b. Disponível em: <http://www.santos.sp.gov.br/static/files_www/files/portal_files/lc1006_retificado.pdf>.

_____. **Plano Diretor de Desenvolvimento e Expansão Urbana do Município de Santos**. Santos, 2018c. Disponível em: <http://www.santos.sp.gov.br/static/files_www/files/portal_files/plano_diretor_lc1005_2018.pdf>. Acesso em: 12 maio 2019.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. São Paulo, :Ed. Hucitec, 1993. _____. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, N. Acupuntura urbana a través de las villas creativas em la ciudad de Santos. In: CONGRESO INTERNACIONAL CIUDADES CREATIVAS – ICON014, 14., ene. 2018, Brasil. **Actas...** Orlando, Florida: USA/ Asociación de Comunicación Ynuevas Tecnologías, 2018.

SMITH, C. **Creative Britain**. London: Faber & Faber, 1998.

TORNQVIST, G. Creativity and the renewal of regional life. In: BUTTIMER, A. (Ed.). **Creativity and Context: a seminar report**. Lund: Gleerup, 1983. p. 91-112. (Lund studies in geography: human geography, 50).

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Economy Report 2008: the challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making**. Geneva, 2008. Disponível em: <<https://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=945>>.

_____. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa, uma opção de desenvolvimento viável**. Brasília: Nações Unidas, Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: <https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>.

UNITED NATIONS. **New urban agenda, 2017**. New York, 2017. Disponível em: <<http://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-English.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Applicant's handbook**. Paris, 2017a. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/2017%20UCCN%20Call_Applicant%20Handbook.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2018.

_____. **Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais**. Paris, 2005. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224POR.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

_____. **Creative economy report: special edition**. Paris, 2013. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224698?posInSet=1&queryId=084ec0fb-f985-458e-a540-df0a877cd179>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

_____. **Cultura: futuro urbano; informe mundial sobre la cultura para el desarrollo urbano sostenible**. Paris, 2016a. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248920?posInSet=2&queryId=757e5357-4d0f-481c-9d9c-275eb8874bcb>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

_____. **Declaração Universal da Diversidade Cultural**. Paris, 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

_____. **Designation procedure, 2017.** Paris, 2017b. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/2017%20UCCN%20Call_Designation%20Procedure.pdf>.

_____. **Investing in cultural diversity and intercultural dialogue: UNESCO world report.** Paris, 2009. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000185202?posInSet=1&queryId=9a848790-85c8-45b1-ab3e-e4731da067d8>>.

_____. **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural: relatório mundial da UNESCO, resumo.** Brasília, 2011. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>.

_____. **Repensar as políticas culturais: 10 anos de promoção da diversidade das expressões culturais para o desenvolvimento: resumo.** Brasília, 2016b. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243029_por>.

_____. **Repensar as políticas culturais: criatividade para o desenvolvimento.** Brasília, 2018a. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000266025>>.

_____. **Reshaping cultural policies: a decade promoting the diversity of cultural expressions for development.** Paris, 2015. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000242866?posInSet=1&queryId=2603881b-82e6-458b-8209-4c3c4a63d807>>.

_____. **Reshaping cultural policies: advancing creativity for development.** Paris, 2018b. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260592?posInSet=11&queryId=f573a765-087a-46c2-aedb-072681d697ce>>.

_____. **UCCN mission statement.** Paris, 2017. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/content/call-applications>>. Acesso em 20 ago. 2018.

_____. **UNESCO Creative Cities Programme for Sustainable Development.** Paris, 2018c. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000264238>>.

_____. **The UNESCO framework for cultural statistics FCS: paper.** Paris, 1986. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000087835?posInSet=4&queryId=5ee91a96-7a9a-4582-81f8-5a8431147852>>.

VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Editora Senac, 2012.

ANEXO A – FORMULÁRIO DE CANDIDATURA



APPLICATION FORM

2015 Call for applications

This application form, duly completed, must be sent as an attachment by email to ccnapplications@unesco.org, with the "subject": Application [name of the candidate city].

The following documents must be also attached:

- (i) A formal letter from the Applicant City's Mayor presenting the candidature;
- (ii) A formal letter of endorsement of the candidature from the National Commission for UNESCO of the country in which the city is located;
- (iii) Two formal letters of support from active national professional association(s) in the creative field concerned¹;
- (iv) Three photos of your city related to the creative field concerned s (JPEG, max. 3MB);
- (v) The "Cession of rights and register of photos" form dully filled.

No other document or attachment will be considered in the evaluation. A maximum of four URL links to Internet sites may be included in the application form, providing additional information.

Application forms, accompanied by the documents described above, must be submitted by email to the UNESCO Secretariat no later than 15 July at midnight (Central European Time) using the following address: ccnapplications@unesco.org. Applications that are not received in the required format, as well as those that are incomplete and/or received after the above-mentioned deadline will not be considered.

UNESCO will not circulate the applications submitted by cities.

¹ For example, if applying to the creative field of Literature, a letter of endorsement from the national writers' association would fulfil this requirement

1. NAME OF CITY:

2. COUNTRY:

3. CONTACTS:

3.1 Mayor of the City

Title (Mr/Ms/Mrs):
Family name:
First name:
Address:
Telephone number:
Email address:

3.2 Main contact

The main contact will be the focal point and correspondent for all communications concerning the UNESCO Creative Cities Network. He or she should belong to the unit or structure executing and managing the designation (see point 10.4)

Title (Mr/Ms/Mrs):
Family name:
First name:
Institution/function:
Status/type of institution:
Address:
Telephone number:
Email address:
Other important information:

3.3 Alternative contact

Title (Mr/Ms/Mrs):
Family name:
First name:
Institution/function:
Status/type of institution:
Address:
Telephone number:
Email address:
Other important information:

4. CREATIVE FIELD:

Choose between: crafts and folk arts, media arts, design, film, gastronomy, literature, music [Click on the drop-down menu].

crafts and folk arts

5. GENERAL PRESENTATION OF THE CITY:

Presentation of the main geographical, demographic, cultural and economic characteristics of the city; mode of governance, principal cultural facilities and infrastructures, international connections, etc. (1700 characters maximum).

6. MAIN DEVELOPMENT CHALLENGES FACING THE CITY, USING CREATIVITY AS A DRIVER FOR ACTION:

Every city is unique and pursues its own objectives according to its particular context and priorities. In this section, candidate cities are invited to explain how they consider that culture and creativity – particularly in the creative field concerned – can act as a driver for identifying solutions to the main development challenges they face (1000 characters maximum).

7. MOTIVE FOR THE APPLICATION AND MAIN OBJECTIVES OF THE CITY IN TERMS OF ITS MEMBERSHIP OF THE NETWORK:

Presentation of the main motives behind the decision to submit an application to the UNESCO Creative Cities Network and the expected long-term impact of the designation for the sustainable development of the city (1200 characters maximum).

8. PREPARATION PROCESS FOR THE APPLICATION:

Presentation of the preparation process underlying the application and the members of the management team involved. The design and preparation of the application submitted by the city must involve stakeholders in the creative field concerned, drawn from the private and public sectors, academia and civil society, as well as creators (1000 characters maximum).

9. COMPARATIVE ASSETS OF THE CANDIDATE CITY MADE AVAILABLE TO THE NETWORK:

In the following fields, candidate cities are invited to present their main cultural assets – particularly in the creative field concerned by the application – that may be highlighted locally and internationally to further the Network's objectives: making creativity, especially in the creative field concerned, an essential driver of sustainable urban development. Applicants are advised to avoid presenting lists and to provide brief answers, including more relevant information so that the city's cultural and creative assets can be assessed (1000 characters maximum for each field).

9.1 Role and foundations of the creative field concerned in the city's history

- 9.2** Economic importance and dynamism of the cultural sector and, if possible, of the creative field concerned: data on its contribution to economic development and employment in the city, number of cultural enterprises, etc.
- 9.3** Fairs, conferences, conventions and other national and/or international events organized by the city over the past five years, aimed at professionals in the creative field concerned (creators, producers, marketers, promoters, etc.)
- 9.4** Festivals, conventions and other large-scale events organized by the city in the past five years in the creative field concerned and aimed at a local, national and/or international audience
- 9.5** Mechanisms, courses and programmes to promote creativity and arts education for youth in the creative field concerned, both within the formal and informal education systems
- 9.6** Lifelong learning, tertiary education, vocational schools, music and drama schools, residencies and other higher education establishments specialising in the creative field concerned
- 9.7** Research centres and programmes in the creative field concerned
- 9.8** Recognised spaces and centres for the creation, production and dissemination of activities, goods and services in the creative field concerned, at professional level (for example, cultural enterprise incubators, chambers of commerce with specific programmes for exporting cultural goods and services, etc.)
- 9.9** Principal facilities and cultural spaces dedicated to practice, promotion and dissemination in the creative field concerned and aimed at the general public and/or specific audiences (youth, vulnerable groups, etc.)
- 9.10** Present a maximum of three programmes or projects developed by the city in the past five years to promote wider participation in cultural life, especially in the creative field concerned, particularly those aimed at disadvantaged or vulnerable social groups

- 9.11** Present a maximum of three programmes or projects developed in the past five years in the creative field concerned that have helped to create and/or strengthen relations of cooperation between the city, the private sector, creators, civil society and/or academia
- 9.12** Role of the main professional and non-governmental civil society organizations that are active in the city in the creative field concerned
- 9.13** Main policies and measures implemented by the city in the past five years to improve the status of creators and to support creative work, particularly in the creative field concerned
- 9.14** Main policies and measures implemented by the city in the past five years to support the establishment and development of dynamic local cultural industries in the creative field concerned
- 9.15** Main international cooperation initiatives in the creative field concerned, developed with cities from different countries in the past five years
- 9.16** Support mechanisms, programmes and projects implemented in the past five years by the city establishing synergies between the creative field concerned and at least one of the other creative fields covered by the Network (cross-cutting or intersectoral projects)
- 9.17** International cooperation initiatives and/or partnerships developed in the past five years involving at least two of the seven creative fields covered by the Network (crosscutting or intersectoral projects)
- 9.18** Main facilities and infrastructures available and events, such as fairs, conferences and conventions, organized by the city in the past five years with the aim of promoting the creative fields covered by the Network other than the main creative field concerned by the application

10. CONTRIBUTION TO ACHIEVING THE OBJECTIVES OF THE NETWORK

In this section the candidate cities are invited to present an appropriate medium-term (four years) action plan describing the main initiatives that the city commits to undertake, within the framework of its designation, to achieve the Network's objectives: using creativity as a driver for sustainable urban development.

The proposed initiatives must correspond to the objectives and areas of action contained in the Creative Cities Network Mission Statement. The action plan and proposed initiatives should be realistic, coherent and feasible. It is recommended to describe the main planned initiatives rather than multiple theoretical lists of actions.

10.1 Presentation of a maximum of three initiatives, programmes or projects aimed at achieving the objectives of the Network locally

Two of the proposed initiatives should correspond to the creative field concerned and one of the initiatives presented should be of a cross-cutting nature and link with at least one of the other creative fields covered by the Network. The presentation of the proposed initiatives should notably include the objectives, the stakeholders involved in their execution, the beneficiaries and the expected results. Initiatives supported by the city involving the public and private sectors, civil society, professional associations and cultural institutions are encouraged (3500 characters maximum).

10.2 Presentation of a maximum of three initiatives, programmes or projects aimed at achieving the objectives of the Network on an international level, particularly those involving other member cities in the Network

The presentation of the proposed initiatives should notably include the objectives, the stakeholders involved in their implementation, the beneficiaries and the expected results. Initiatives supporting the extension of the Network in regions and countries that are still under-represented, as well as actions involving cities in developing countries, are encouraged. A cross-cutting initiative linking several of the creative fields covered by the Network may be presented. (3500 characters maximum).

10.3 Estimated annual budget for implementing the proposed action plan

It is recommended to present the estimated overall annual budget for implementing the proposed action plan, as well as the percentages that will be devoted to local and international initiatives. All of the resources that the city expects to contribute should be mentioned, not only including financial resources but also other resources (personnel, facilities, etc.). Please indicate any funding applications envisaged to national and international funding bodies, in order to complement the budget (500 characters maximum).

The evaluation will not be made on the basis of the size of the proposed budget but in terms of the feasibility, coherence, achievability and long-term sustainability of the estimated budget in relation to the action plan.

10.4 Intended structure for the execution and management of the action plan in the event of designation

Present the resources in terms of personnel and/or the unit that will be established to ensure the planning and execution of the proposed action plan and an active contribution by the city to the achievement of the Network's objectives. The person or the director of the proposed unit will be the focal point for the city. Presentation of the planned working arrangements (1000 characters maximum).

10.5 Plan for communication and awareness

Presentation of the communication and awareness plan for disseminating and promoting the objectives of the Network to a wide audience, as well as the impact of the proposed action plan. (1000 characters maximum).

11. IMPLEMENTATION AND IMPACT REPORTS OF THE DESIGNATION

If designated, the city agrees to provide, periodically as requested by UNESCO, detailed information on the effective implementation of activities related to its designation as a UNESCO Creative City and on their impact.

12. PARTICIPATION IN ANNUAL MEETINGS OF THE NETWORK

If designated, the city shall ensure the participation of a delegation from the city, including at least one representative, in the annual meetings of the UNESCO Creative Cities Network and shall be responsible for covering any travel and subsistence costs incurred.

13. COMMUNICATION MATERIALS

In order to prepare communication materials about your city in the event that it is designated, please complete the following fields. This information will be used on the UNESCO website and/or on other communication supports of the UNESCO Creative Cities Network.

13.1 Brief presentation of the cultural assets and creative industries of your city in the creative field concerned (1400 characters maximum)

13.2 Contributions of the city in terms of achieving the objectives of the Network according to the proposed action plan (700 characters maximum, presented as bullet points)

13.3 A maximum of four URL links to Internet sites related to the creative field concerned and the contents of the application

Date _____

Signature _____



Cession of Rights and Register of Photos

Photo – Form

I, the undersigned, _____, hereby grant to UNESCO the non-exclusive rights to use, publish, reproduce, distribute, display, communicate or make available to the public, in any language or form and by any means including digital, the following material(s), in whole or in part. I grant these rights to UNESCO irrevocably, for an unlimited period of time and for the entire world.

Identifier (for instance file name)	Brief informative caption (no more than 40 words in English or French)	Date	Credit (‘© -----, year’)	Photographer (if not mentioned in the credit)
			©	
			©	
			©	

- I further grant to UNESCO the non-exclusive right to sub-license third parties to use the material(s) in whole or in part, solely for non-profit educational or public information uses.
- These rights are granted subject to the condition that the respective above mentioned credit, or its equivalent, is provided if and when the material(s) is/are used.
- I certify that I am entitled to grant all the rights under paragraphs 1 and 2 of this agreement and that, to the best of my knowledge and belief, the material(s):
 - is/are in no way whatever a violation or an infringement of any existing copyright or licence; and
 - is/are in no way whatever a violation or an infringement of any customary practices governing access to the heritage depicted or incorporated, and contain(s) nothing obscene, libellous or defamatory.

Name: _____ Date: _____

Address: _____ Signature: _____

ANEXO B – DECLARAÇÃO DE MISSÃO



MISSION STATEMENT

Mission

Launched in 2004, the UNESCO Creative Cities Network (UCCN) aims to strengthen cooperation with and among cities that have recognized creativity as a strategic factor of sustainable development as regards economic, social, cultural and environmental aspects.

By joining the Network, cities acknowledge their commitment to sharing best practices, developing partnerships that promote creativity and the cultural industries, strengthening participation in cultural life and integrating culture in urban development plans.

The UNESCO Creative Cities Network covers seven creative fields: *Crafts and Folk Arts, Design, Film, Gastronomy, Literature, Media Arts, and Music.*

Objectives

The UNESCO Creative Cities Network aims to:

- strengthen international cooperation between cities that have recognized creativity as a strategic factor of their sustainable development;
- stimulate and enhance initiatives led by member cities to make creativity an essential component of urban development, notably through partnerships involving the public and private sectors and civil society.
- strengthen the creation, production, distribution and dissemination of cultural activities, goods and services;
- develop hubs of creativity and innovation and broaden opportunities for creators and professionals in the cultural sector;
- improve access to and participation in cultural life as well as the enjoyment of cultural goods and services, notably for marginalized or vulnerable groups and individuals;
- fully integrate culture and creativity into local development strategies and plans.

Areas of action

The objectives of the UNESCO Creative Cities Network are implemented both at the level of the member cities and at the international level, notably through the following areas of action:

- sharing experiences, knowledge and best practices;
- pilot projects, partnerships and initiatives associating the public and private sectors, and civil society;
- professional and artistic exchange programmes and networks;
- studies, research and evaluations on the experience of the Creative Cities;
- policies and measures for sustainable urban development;
- communication and awareness raising activities.

ANEXO C – Decreto sobre o Comitê Santos Cidade Criativa

DECRETO Nº 7.518
DE 10 DE AGOSTO DE 2016

DISPÕE SOBRE O COMITÊ SANTOS CIDADE CRIATIVA, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

PAULO ALEXANDRE BARBOSA, Prefeito Municipal de Santos, usando das atribuições que lhe são conferidas por lei,

DECRETA:

Art. 1º Fica criado o Comitê Santos Cidade Criativa, com objetivo de propor estratégias e instrumentos para a implementação de ações visando a promoção, divulgação e fomento dos 07 (sete) núcleos prioritários da economia criativa no Município, a saber, cinema, gastronomia, literatura, música, tecnologia, artesanato e *design*, como fatores sustentáveis de desenvolvimento social e urbano, cumprindo assim, a missão da cidade de Santos como integrante da Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Art. 2º O Comitê Santos Cidade Criativa será composto pelos seguintes membros, nomeados por ato do Secretário-Chefe do Gabinete do Prefeito Municipal:

- I** – 1 (um) representante do Gabinete do Prefeito Municipal;
- II** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Finanças;
- III** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Turismo;
- IV** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Cultura;
- V** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano;

- VI** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Comunicação e Resultados;
- VII** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Educação;
- VIII** – 1 (um) representante do Fundo Social de Solidariedade;
- IX** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Inovação;
- X** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Assistência Social;
- XI** – 1 (um) representante da Secretaria Municipal de Defesa da Cidadania.

§ 1º Cada representante terá um suplente.

§ 2º O Comitê será presidido por representante escolhido entre seus membros.

§ 3º O presidente do Comitê poderá convidar para participar das reuniões representantes de outros órgãos da administração pública municipal, bem como especialistas e representantes de instituições privadas e de organizações da sociedade civil, cuja participação, em razão de matéria constante da pauta da reunião, seja justificável, sendo-lhes vedado votar nas deliberações.

Art. 3º Com a finalidade de assessorar o Comitê Santos Cidade Criativa na consecução de seus objetivos, poderão constituídos, por ato do Secretário-Chefe do Gabinete do Prefeito Municipal, Painéis Temáticos Consultivos relacionados aos núcleos criativos citados no artigo 2º, compostos por profissionais dos seguintes segmentos:

- I** – Prefeitura Municipal de Santos e entidades da Administração Indireta;
- II** – instituições de ensino superior e ou técnico;
- III** – institutos, associações e fundações dedicadas ao fomento e ou ações de inserção social;
- IV** – associações e sindicatos profissionais;
- V** – principais empreendedores do setor;
- VI** – entidades do sistema dos Serviços Nacionais de Aprendizagem bem como Serviços Sociais e Serviços de Apoio;

VII – expoentes, especialistas, comentaristas e críticos do núcleo criativo e quaisquer outros profissionais e entidades de interesse do núcleo criativo.

§ 1º Os Painéis Consultivos Temáticos farão as discussões, debates e conclusões técnicas que embasarão as decisões do Comitê Santos Cidade Criativa.

§ 2º Cada Painel Consultivo Temático será presidido por um representante escolhido entre seus membros.

§ 3º O presidente do Comitê Santos Cidade Criativa poderá convocar representante(s) dos Painéis Consultivos Temáticos para participarem das reuniões do comitê quanto houver pertinência de temas.

Art. 4º Compete ao Comitê Santos Cidade Criativa:

I – propor, conduzir e subsidiar a elaboração, implementação e avaliação de planos e políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa no Município de Santos;

II – articular no âmbito público e junto ao setor privado a inserção da temática da economia criativa nos respectivos âmbitos de atuação;

III – acompanhar projetos e programas sobre economia criativa em articulação com outros órgãos e organismos públicos e privados;

IV – realizar diagnósticos e conduzir processos de mapeamento da economia criativa no Município de Santos com o objetivo de identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local e regional;

V – fomentar a identificação, criação e desenvolvimento de polos e territórios criativos com o objetivo de gerar e potencializar novos empreendimentos, trabalho e renda no campo dos setores criativos;

VI – propor a criação de mecanismos direcionados à consolidação institucional de instrumentos legais no campo da economia criativa;

VII – planejar, propor e apoiar ações voltadas à formação de profissionais e empreendedores criativos e à qualificação de empreendimentos dos setores criativos;

VIII – apoiar ações para intensificação de intercâmbios técnicos e de gestão dos setores criativos entre o Brasil e outros países, incluindo a especial atenção a Rede de Cidades Criativas da UNESCO;

IX – promover bens e serviços criativos do Município de Santos em eventos nacionais e internacionais.

Art. 5º A atuação como integrante do Comitê Cidade Criativa será considerada como serviço público relevante, vedada qualquer espécie de remuneração.

Art. 6º O Comitê Cidade Criativa contará com uma Secretaria-Executiva, cabendo à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Inovação o respectivo suporte técnico e administrativo.

Art. 7º As despesas com a execução deste decreto correrão pelas dotações orçamentárias próprias do Gabinete do Prefeito Municipal.

Art. 8º Este decreto entra em vigor na data da publicação.

Registre-se e publique-se.

Palácio “José Bonifácio”, em 10 de agosto de 2016

PAULO ALEXANDRE BARBOSA

Prefeito Municipal

Registrado no livro competente.

Departamento de Registro de Atos Oficiais do Gabinete do Prefeito Municipal, em 10 de agosto de 2016.

THALITA FERNANDES VENTURA MARTINS

Chefe do Departamento em substituição