

## PÓLOS CRIATIVOS – LUGARES DE DESENVOLVIMENTO

Selma Maria Santiago Lima<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente artigo trata de uma proposição para a conceituação de territórios urbanos denominados Pólos Criativos, a partir dos princípios da Economia Criativa. Tratamos da questão contemporânea que aplica a criatividade como eixo de desenvolvimento, dos territórios urbanos, seus espaços e relacionamentos com a cultura e apresentamos uma proposta metodológica para a identificação de polos criativos.

**Palavras-chave:** Economia Criativa, Economia da Cultura, Desenvolvimento, Território, Política Cultural

### INTRODUÇÃO

Atualmente estamos convivendo com os desdobramentos, buscas de soluções e reflexões sobre uma série de crises econômicas e sociais em países desenvolvidos (principalmente), desencadeadas no final da última década pelas turbulências dos sistemas financeiros, pela especulação imobiliária norte-americana e suas consequências. Neste sentido, e alicerçado pelas políticas economicistas neo-liberais remanescentes de experiências das décadas anteriores, outras áreas da vida contemporânea foram fortemente prejudicadas, tais como o meio ambiente, a distribuição e captação de energia, principalmente o petróleo, e a ampliação da exclusão civilizacional como podemos observar em países da África que sofrem cotidianamente com a fome e a AIDS.

Este cenário, que desenha-se como a maior crise sócio-econômica a nível mundial, vem sendo trabalhado por alguns países como uma oportunidade de repensar suas estratégias de desenvolvimento. Podemos até verificar que alguns países já se encontram em fase de recuperação, mas não podemos afirmar que a crise foi superada, sendo inclusive ampliada pela globalização nas comunicações, que a eleva do patamar puramente econômico, para o ativismo político, observado pelas recentes quedas de ditadores em parte do planeta.

---

<sup>1</sup> Mestre em Gestão Cultural/Univ. Barcelona, Esp. em Gestão de Produtos e Serviços Culturais/UECE, Consultora UNESCO para Gestão Cultural, Socióloga e artista de teatro. [santiago\\_selma@yahoo.com.br](mailto:santiago_selma@yahoo.com.br)



Deste painel, uma lição apreendemos de forma explícita: estes modelos econômicos aplicados nas últimas décadas não mais correspondem ao momento atual, sendo necessário redefinir prioridades para a promoção do que se crê seja desenvolvimento. Como nos alerta Edna dos Santos, Coordenadora do Programa de Economia Criativa da UNCTAD “os modelos econômicos não funcionam isoladamente, precisamos de modelos de desenvolvimento que tenham um enfoque mais holístico, ou seja, é preciso ir além da economia e incorporar as dimensões sociais, culturais, tecnológicas e ambientais nas novas estratégias a fim de assegurar um desenvolvimento que seja ao mesmo tempo sustentável e inclusivo” (Dos Santos. 2008)<sup>2</sup>.

Em outro documento, ainda nos informa Edna dos Santos que existe uma outra tendência ainda não muito perceptível no Brasil, sendo verificada no aumento do comércio sul-sul como uma grande oportunidade de desenvolvimento, batizada na UNCTAD como “nova interdependência global” “resultante do aumento da propensão ao consumo nos países em desenvolvimento, que representam atualmente um mercado que atrai mais de 40% do total das exportações mundiais. Tudo isso, de uma certa forma resulta do modelo de desenvolvimento centrado nas exportações, as reformas nos regimes comerciais e o impacto dos acordos de integração regional que facilitaram o acesso aos mercados de outros países em desenvolvimento.” (Dos Santos)<sup>3</sup>

Percebe-se neste momento que a sociedade contemporânea, com a implementação das novas tecnologias; com a fortificação da ação local voltada para o global; com a re-estruturação nas relações de produção e comercialização no mundo, é o campo preparado para o semear de novos conceitos que balizem as relações econômicas e culturais, o momento propício para o cultivo e florescimento da Economia Criativa, que não só responde às diversas novas características comportamentais da sociedade, como também torna-se uma das maiores e melhores opções de desenvolvimento para este século que se inicia.

Relembrando ainda que o que move a Economia Criativa é a criatividade e não o capital, e que ela não lida apenas com produtos, mas com processos, gostaríamos aqui de buscar sua relação com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs), firmados enquanto compromisso de diversas nações com um desenvolvimento global. Tais objetivos estão visivelmente ligados à colaboração direta da Economia Criativa,

---

<sup>2</sup> UNCTAD (2008) Creative Economy Report – 2008, Partnership UNCTAD/UNDP, N.York, 2008

<sup>3</sup> DOS SANTOS-DUISENBERG, Edna. Economia Criativa Promovendo Desenvolvimento Inclusivo e Sustentável no Brasil. Reprografia sem data.

principalmente quando tratamos das participações de comunidades nas formas de organização e de governança diferenciadas, nas pequenas produções econômicas que fazem parte da dinâmica criativa e em outras diversas características que promovem não somente a inclusão econômica, mas principalmente a social, inerente à Economia Criativa e potencialmente presente em todos os países do planeta. São estes os objetivos: 1. Erradicação da fome e da pobreza extrema; 2. Educação primária universal; 3. Igualdade de gênero e de poderes às mulheres; 4. Redução da mortalidade infantil; 5. Melhorar a saúde materna; 6. Combater o vírus da AIDS, malária e outras doenças; 7. Assegurar a sustentabilidade do meio-ambiente; 8. Desenvolver parcerias globais para o desenvolvimento.

Ainda na busca por uma visão mais ampliada do que seja desenvolvimento mediante as crises estabelecidas na sociedade atual, como já citado anteriormente, outro ponto de convergência existe entre o desenvolvimento e a Economia Criativa que nos leva à questão da sustentabilidade. Compreendamos aqui a sustentabilidade enquanto uma necessidade premente para qualquer empreendimento, seja ele coletivo ou individual, mas que implica em manter-se em progresso sem provocar regresso, seja ambiental, social, cultural ou econômico.

Colaborando com nossa compreensão deste conceito Lala Deheinzelin nos coloca ainda sobre a sustentabilidade como uma responsabilidade planetária.

“Ao lidar com recursos renováveis, a Economia Criativa é estratégica para a sustentabilidade do planeta e de nossa espécie. Mas vai além: não é apenas uma atividade econômica, é também um fator de interação e evolução social, que pode fornecer elementos-chaves para um desenvolvimento baseado na percepção de nossa interdependência planetária.” (Lala Deheinzelin. SEBRAE)<sup>4</sup>

Neste sentido, achamos oportuno citar mais um texto da UNCTAD que especifica melhor ainda o que seja a sustentabilidade cultural, sempre no enfoque de quão oportuno é o incremento da Economia Criativa para o desenvolvimento nos dias atuais. “Sustentabilidade cultural implica um processo de desenvolvimento que mantém todos os tipos de ativos culturais, desde as línguas das minorias e rituais culturais tradicionais incluindo expressões artísticas como o artesanato e o patrimônio cultural e histórico de edifícios e monumentos. (UNCTAD, 2011:12)<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> DEHEINZELIN, Lala in LALA e REIS. SEBRAE/ES. Cadernos da Economia criativa. Disponível em: <http://vix.sebraees.com.br/arquivos/biblioteca/Cadernos%20de%20Economia%20Criativa.pdf>

<sup>5</sup> UNCTAD, Fortalecendo as Indústrias Criativas para o Desenvolvimento em Moçambique. 2011: disponível em <http://www.unctad.org/creative-programme>

E finalizando este capítulo introdutório, repetimos a fala da Secretária da Economia Criativa do Ministério da Cultura, que no Plano da Secretaria nos coloca claramente o que é a função desta nova área na gestão pública federal. “Trata-se de uma estratégia de afirmação da importância das políticas públicas de cultura na construção de uma agenda ampla e transversal de desenvolvimento. Trata-se de assumir o desafio de pensar o desenvolvimento, menos como produto do que processo cultural. E, para tanto, necessitamos levar em conta o que historicamente descartamos e excluímos ao longo da nossa história.” (LEITÃO, 2011:15)<sup>6</sup>

### **TERRITÓRIOS E SUAS CIDADES**

Ao observarmos a extensão continental do país e as distâncias que envolvem os diversos territórios brasileiros com relação às questões sociais, econômicas, regionais, organizativas e culturais, verificamos que as políticas públicas têm à frente um enorme desafio de executar, mesmo segundo critérios predominantemente setoriais, ações que promovam o desenvolvimento nacional em busca de uma dimensão global.

Mediante tamanho desafio cabe aos governos em suas três instâncias - federal, estadual e municipal - assumir o espaço territorial como um referencial para formulação e implementação de políticas públicas, sendo neste caso uma estratégia imprescindível para valorizar a diversidade brasileira e transformar o aproveitamento de seu potencial socioeconômico em um dos pilares do projeto de desenvolvimento para o país.

Neste sentido, faz-se necessário antes compreender o que tratamos enquanto território, e aqui buscamos responder a esta questão através de pesquisa bibliográfica e da observação de algumas experiências investigadas, tanto no Brasil como no exterior, onde verificamos a existência e definições para estes espaços perpassando indiscutivelmente pelo reconhecimento de que são múltiplas e diversas as dimensões que os constituem.

Numa escala mais generalizadora, podemos apontar tais dimensões como compostas pelos campos socioeconômico, físico-territorial, político-organizativo e ainda, como elemento identitário, do campo simbólico-cultural que, quando aglomerados em determinado espaço geográfico, apresentam suportes e produtos propícios a formação de identidades individuais e coletivas e, portanto, evocam sentimentos de pertencimento, o que colabora efetivamente para a sua identificação enquanto território único.

---

<sup>6</sup> MINC. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011

A busca por um desenvolvimento territorial, em se considerando como base de nossa proposta a Economia Criativa, também perpassa pela questão da sustentabilidade ambiental, como nos afirma Pires (2007:01). “Influenciadas por diferentes concepções econômicas, sociológicas, geográficas e ecológicas, as análises das lógicas territoriais na globalização enfatizam a importância do local, do meio ambiente, da paisagem, do ecossistema e do geossistema para o estudo do desenvolvimento, e, especificamente, para o desenvolvimento territorial.”<sup>7</sup>

Segundo o Plano da Secretaria da Economia Criativa, Territórios Criativos abrangem espaços tais como Bacias, Cidades e Pólos, que se distinguem não em suas características de efetivação enquanto lugares de Economia Criativa, mas sim pelas suas questões de amplitude territoriais, propriamente ditas. Bacias são consideradas regiões geográficas formadas por diversos territórios que se convergem como os afluentes que se aproximam para formação das bacias hidrográficas, compondo sua paisagem e consolidando sua existência enquanto tal.

À medida que delimitamos estes espaços, chegamos às cidades, que tais como locais de vivência onde se experimentam as diversas relações cotidianas são, ainda, laboratórios de tramas em um terreno fértil para a criatividade, como nos cita Campos e Pitombo (2010:35). “As cidades, entendidas aqui como locus onde se desenvolve uma complexa trama de relações sociais desiguais, constituem-se em terreno fértil para o desabrochar dos processos criativos humanos e de experiências de coesão social singulares”.<sup>8</sup>

Ainda conforme a Agenda 21 para a Cultura, “as cidades e os espaços locais são um marco privilegiado da elaboração cultural em constante evolução e constituem os âmbitos da diversidade criativa, onde a perspectiva do encontro de tudo aquilo que é diferente (procedências, visões, idades, gêneros, etnias e classes sociais) faz possível o desenvolvimento humano integral. O diálogo entre identidade e diversidade, indivíduo e coletividade, revela-se como a ferramenta necessária para garantir tanto uma cidadania cultural planetária como a sobrevivência da diversidade lingüística e o desenvolvimento das culturas. (AGENDA 21, Princípio 7)<sup>9</sup>

Nas cidades criativas buscamos encontrar a liberdade para estas experimentações e para a troca que resulta no crescimento das oportunidades entre seu cidadão e o

---

7 PIRES, Elson L.S. INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol. 8, N. 2. Set. 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/inter/v8n2/a02v08n2.pdf> Acessada em 25/11/2011.

<sup>8</sup> CAMPOS, Cleise e PITOMBO, Mariella in Percepções: cinco questões sobre políticas culturais. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

<sup>9</sup> Disponível em [www.agenda21cultura.net](http://www.agenda21cultura.net)

visitante, pois conforme Martinell, “o primeiro elemento é entender a cidade como espaço de criatividade transferível, de liberdade criativa. Um espaço de troca entre o cidadão e o de fora, o habitante e o imigrante, o que tem papéis e o que não tem. O segundo elemento: atuar sobre os nós da informação. Converter as cidades em grandes nós de informação, em produtoras e receptoras de informação e de notícias do mundo e para o mundo. O terceiro é o trabalho em rede, entender a cidade em rede, para encontrar e aproveitar as experiências alheias. O quarto elemento já é mais difícil de explicar: a utilização da cidade como um laboratório para experiências de coesão social, como um lugar de testes para a coesão social.” (Martinell, 2003:103)<sup>10</sup>

Todos estes significados encontrados e aplicados nos conceitos dos territórios urbanos devem levar em consideração a mutabilidade das relações sociais, uma vez que estes espaços, principalmente os que geograficamente são de uma delimitação definida claramente como as cidades e os próprios pólos, são organismos “vivos”, com ações e reações que os constroem diuturnamente, como nos confirma Ana Carla Fonseca Reis “para entendermos a criatividade no território urbano, é preciso antes de tudo salientar que a cidade é um ser vivo. Geograficamente localizado, fisicamente assentado em um traçado viário, administrativamente autônomo mas, acima de tudo, em constante mutação. Afinal, a cidade é formada por pessoas e suas relações físicas, sociais, culturais e econômicas.”

### **OS PÓLOS CRIATIVOS**

Segundo o Plano da Secretaria da Economia Criativa, entende-se por Pólos Criativos, o conjunto de empreendimentos criativos geograficamente próximos e circunscritos a um território de pequena dimensão, cabendo-nos neste documento buscar uma melhor percepção do que sejam estes aglomeramentos, principalmente a partir dos conceitos e das práticas já estabelecidas junto aos Arranjos Produtivos Locais (APLs) e, ainda como podemos em uma primeira visão, identificá-los com o intuito de potencializar as iniciativas já existentes, bem como auxiliar na implantação de novas experiências no território nacional.

Nossa busca de referencial teórico para a conceituação dos Pólos Criativos encontra pouca produção tanto a nível nacional como internacional, tendo apenas algumas análises de experiências sobre Bairros Criativos, que trata-se de um conceito praticamente similar ao dos pólos: espaços de convivência urbana, ou seja, dedicados à vida em sociedade e espaços que possuem uma dinamização funcional com a realização

---

<sup>10</sup> MARTINELL, Alfons em UNESCO, *Políticas culturais para ou desenvolvimento: uma base de dados para a cultura*. UNESCO, Brasília, 2003.

de diversas atividades de dimensão simbólica unindo em sua geografia diversos grupos e pessoas com uma identidade cultural própria.

Um dos exemplos mais interessantes que identificamos trata-se do Bairro Criativo Kelvin Grove, em Queensland, Austrália, constituído como o primeiro local de habitação da Austrália dedicado ao desenvolvimento de experimentação e comércio para as indústrias criativas, com um desenvolvimento urbanístico concebido e implementado de acordo com o paradigma criativo e tendo como elemento principal a instituição educacional QUT - Queensland University of Technology, com enfoque voltado principalmente para as indústrias criativas.

Outra experiência que observamos trata-se do bairro Vila Madalena, em São Paulo/SP, que concentra em um pequeno espaço geográfico – aproximadamente 89 ha - características que o tornam um misto de diversas vivências, concentrando atividades cívicas, culturais, institucionais e comerciais, que proporcionam pontos de encontro, quer formais quer informais. Nele instalaram-se uma imensa variedade de ateliês, galerias, cinemas, bibliotecas, museus, estúdios, lojas, restaurantes, bares, cafés, organizações não governamentais, associações, praças e becos.

Apesar das referências terem os bairros como exemplificação e destes tratarem-se de espaços urbanisticamente delimitados, nosso entendimento é que este espaço pode ir para além dos limites das ruas de um bairro, ou em escala menor, nem ser completamente o mesmo, mas sim uma parte dele. Na verdade ao conceituarmos Pólos Criativos nos deparamos também com algumas possibilidades que não tratam a localidade como ponto agregador e enquanto um dos eixos de identificação e atuação. Neste sentido, se excluirmos o critério da regionalização territorial delimitada, poderemos considerar que Pólos Criativos existem em dois escopos de abrangência espacial:

A. **Abrangência geográfica/territorial** – a que tomamos como referência para estudo neste documento, observada a partir de características específicas de dinamismo da Economia Criativa em um determinado espaço geográfico sendo, ele mesmo, parte constituinte da identidade do pólo e base de aglomeração dos atores ali existentes

B. **Abrangência por rede de atuação** – quando nos reportamos a iniciativas irradiadas a partir de determinada ação (ou ações), que geram e alimentam um arranjo produtivo com características da Economia Criativa, sem entretanto serem localizados geograficamente próximos, mas utilizando-se das novas tecnologias para uma aproximação em suas diversas necessidades de relacionamento.

No que concerne a seu histórico com relação à criação/estímulo/implantação dos Pólos Criativos brasileiros e de outros países, visualizamos duas formas distintas de criação destes ambientes, sendo a primeira através da iniciativa da própria sociedade civil, inclusive dos moradores ou freqüentadores locais e uma segunda forma, de iniciativa do poder público, enquanto ação estratégica de desenvolvimento para determinado local a partir de seu uso funcional ou ainda no redesenho urbano de uma cidade, como podemos melhor detalhar a seguir:

A. **Implantação pela sociedade civil** – com uma vocação própria e aglutinação espontânea, onde a característica cultural, seja arquitetônica/urbana, seja do uso funcional do espaço, é um dos elementos chaves de identidade e, disto, partindo a aproximação de pares para a construção de um ambiente coletivo. Nestes casos, observamos que as idéias consolidam-se a longo prazo, mas que possuem forte reconhecimento social. Um exemplo desse tipo de iniciativa é o já citado Bairro da Vila Madalena, em São Paulo, que atrai artistas e público em busca de produtos diferenciados produzidos por artesãos. A sinergia de interesses criou um bairro criativo típico, com comércio local focado nas preferências dos moradores. Não só os serviços e produtos gerados a partir dos agentes locais integram o ambiente criativo, como também a organicidade destes coletivos gera a substituição até de serviços públicos, fortalecendo ainda mais o espaço e a cumplicidade entre seus habitantes, como bem nos recorda Martinell (2011:64) “Para além das leis e normas, nas cidades as comunidades organizam sua vida cultural da forma que for possível e se enriquecem culturalmente à medida que incorporam serviços públicos para facilitar seu acesso e fomentar a participação. Muitos desses processos são realizados de forma espontânea, as vezes com uma assunção dos serviços públicos por parte dos cidadãos, sem a participação do estado.”<sup>11</sup>

B. **Implantação pelo poder público** – nestes casos, as políticas públicas dirigidas à Economia Criativa atuam de forma direta, seja na proposição de concursos de estímulo a criatividade para criação do ambiente em um determinado espaço cuja vocação já pré-exista, como a exemplo do concurso Bairro Criativo para o centro histórico da cidade do Porto/Portugal, onde o desafio lançado aos participantes é desenhar e projetar peças de intervenção urbana que melhorem as vidas das pessoas, com a conseqüente construção e implantação das peças. E ainda observamos experiências que tiveram o poder público como implantadores tratando da intervenção com o propósito de transformação para re-

---

<sup>11</sup> MARTINELL, Alfons. in Revista Observatório Iraú Cultural/OIC – n. 11 (jan-abr 2011) São Paulo: Itaú Cultural, 2011.

uso urbano de áreas degradadas socialmente, como encontramos no Bairro do Raval, em Barcelona/Espanha, hoje equipado com campus universitário, museu de arte contemporânea e um sem número de negócios voltados à cultura, educação e turismo.

Outro aspecto que devemos tocar neste estudo refere-se à questão do turismo enquanto componente transversal e simultaneamente direto presente na Economia Criativa. Neste caso, buscamos observar e atentar para que sua aplicabilidade nas políticas e nas ações privadas ou públicas de interferências nos Pólos Criativos não seja depredatória, como infelizmente pode ser observado em diversas situações por todo o mundo. Pardo (2011) bem nos alerta sobre esta questão quando relata que “a tendência a “terceirizar” o distrito ou bairro e a transformá-lo em um local puramente turístico são modos de expulsar a complexa diversidade do tecido urbano e, conseqüentemente, de promover a monocultura econômica. Os efeitos são perda de complexidade, redução da qualidade de vida dos cidadãos, perda da personalidade e da atratividade para o desenvolvimento de atividades criativas.” (Pardo. 2011:93)<sup>12</sup> Procuramos acreditar que em iniciativas com características tão complexas quantos as que propõem experiências de Economia Criativa, principalmente as que tenham uma participação cidadã mais efetiva, estes casos não venham a se repetir, mas de toda a forma sempre é importante atentarmos para os aprendizados dos exemplos passados.

Um outro parâmetro de análise para nossa construção de conceito para os Pólos Criativos é a inevitável comparação, e porque não dizer, apropriação de diversas definições e metodologias de identificação do Arranjos Produtivos Locais – APLs, e aqui buscamos os conceitos aplicados pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC. Em seu Termo de Referência para Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais, o MDIC considera APLs em sua conceituação básica como conjuntos de atores econômicos políticos e sociais, localizados em um mesmo território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentam vínculos de produção, interação, cooperação e aprendizagem.

Com relação ao espaço físico, ainda para o MDIC, compreende-se que não deve ultrapassar a dimensão microrregional, podendo diferir dos limites geográficos, políticos e administrativos formais por suas características de atuação próprias oriundas da concentração e da dinâmica da atividade econômica, caracterizando-o, ainda, a existência de um número significativo de empreendimentos e de indivíduos que atuam em torno de uma atividade produtiva predominante, e que compartilhem formas

---

<sup>12</sup> PARDO, Jordi in REIS, Ana Carla Fonseca e KAGEYAMA, Peter (orgs). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

percebidas de cooperação e algum mecanismo de governança, podendo incluir pequenas, médias e grandes iniciativas. (MDIC, pg 5)<sup>13</sup>

Somando-se à nossa pesquisa sobre Economia Criativa e seus Pólos Criativos e ainda as considerações acerca dos bairros e APLs, listamos 09 (nove) critérios que acreditamos serem indispensáveis enquanto identificadores de um ambiente criativo mas, apesar de interrelacionados, optamos por identificá-los por 03 (três) campos de atuação, que consideramos coerentes com nossos estudos e com as formas como que as experiências de Pólos Criativos foram sendo conceituadas e se apresentam até então.



## CAMPO DA ECONOMIA E DA GESTÃO

1) **Desenvolvimento da atividade econômica local** - ao tratarmos de Economia Criativa, lógico que tratamos de ambientes e ações que promovam a movimentação econômica, com condições para a dinamização de bens simbólicos ou materiais, e que, principalmente mantenham a sustentabilidade econômica das iniciativas nele alocadas. Tal dinamismo dá-se principalmente a partir da atual tendência de o trabalho ser, cada vez mais, de natureza intelectual e criativa, para além do valor material produzido, quando a ele agrega-se o valor imaterial. Estes ativos comercializados devem refletir no desenvolvimento econômico local, incrementando a cadeia produtiva relacionada à vocação do ambiente criativo e interferindo substancialmente nas estruturas sociais dos habitantes e usuários do espaço.

<sup>13</sup> MDIC, pg 5, Termo de Referência para Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais, disponível em [www.gov.br](http://www.gov.br).)

2) **Convergências de atuação** – a organização institucionalizada ou não de articulações e conexões intra e extra pólos; a formação de cadeias e redes de produção, circulação, fruição e troca de experiências e a cooperação entre os atores participantes do ambiente criativo (grupos, coletivos, empreendedores e demais participantes), revelam a sinergia e a convergência de atuação em busca de um objetivo comum relacionado ao desenvolvimento sustentável local. Estas associações e inter-relações podem acontecer de diversas formas, sejam institucionalizadas através de cooperativas, empreendimentos, associações organizativas e/ou profissionais, instituições de ensino e pesquisa, ONGs ou outras, ou ainda sem institucionalização formal mas organizadamente estruturadas como grupos ou coletivos que se posicionam e atuam junto aos demais parceiros do espaço, inclusive pessoas físicas.

3) **Concentração setorial de iniciativas** – segundo observamos e tomamos como referência para este estudo, faz-se necessário que haja uma vocação setorial para as atividades produtivas se relacionarem e, a partir de então, constituírem um Pólo Criativo, devendo agregar então iniciativas e empreendimentos, predominantemente de micro, pequeno e médio porte, além de outras iniciativas como já mencionamos anteriormente de grupos informais e outros empreendimentos individuais que tenham a mesma vocação produtiva ou que contribuam para uma identidade setorial no local.

4) **Adensamento empresarial** – seja qual for o porte e a natureza dos empreendimentos presentes em um Pólo Criativo, o fator de adensamento empresarial é outra de suas características que colaboram para o desenvolvimento local, pois com o empreendedorismo cada vez mais consolidado advém o desenvolvimento profissional autônomo; o aumento da implantação de pequenos negócios; o crescimento da oferta de postos de trabalho e do número de produtos/serviços gerados e comercializados. Uma das mais interessantes experiências presentes nos Pólos Criativos são os empreendimentos solidários, tais como as cooperativas; associações populares/profissionais; grupos informais de produção e de serviços; agricultores familiares; fundos solidários e rotativos de crédito; ecovilas; redes e articulações de comercialização e de cadeias produtivas solidárias; lojas de comércio justo; agências de turismo solidário; entre outras.

## **CAMPO DA CULTURA E DA IDENTIDADE**

5) **Construção de imagem coletiva** – uma das mais fortes características da Economia Criativa é a produção de bens e serviços com identidade cultural própria, seja ligada ao ambiente arquitetônico, aos elementos históricos e culturais do local, seja

relacionada às formas próprias de organização, ou seja ainda relativa aos produtos gerados pelos grupos, pessoas e empresas. Mesmo com esta construção de uma imagem própria e coletiva que identifica o lócus e o insere no desenho cartográfico da cidade, este trabalho com a própria imagem deve ter uma orientação para o reconhecimento público, ou seja, economia e negócios estão relacionados diretamente à visibilidade dos produtos e serviços, portanto, ações de marketing são fundamentais para consolidação de Pólos Criativos a partir de sua imagem coletiva.

6) **Valor agregado intangível** - além da identidade cultural característica da criatividade, todos os demais aspectos aqui citados compõem um valor agregado intangível, mas de grande reconhecimento social e que deve saber ser mensurado para que colabore com a sustentabilidade local. Este aspecto é o que o torna exclusivo e distingue-se da mercadoria produzida em larga escala, como nos aponta Zallo quando afirma que “este trabalho criativo produtor de protótipo, outorga um caráter único a cada mercadoria cultural. Ainda sendo dialética a relação entre o valor de uso e de troca, é aquele que outorga o caráter único e insubstituível as mercadorias culturais, devendo essas salvar-guardar o caráter original da obra criativa e que lhe dá sentido.” (Zallo, 2003:22)<sup>14</sup>

## **CAMPO DAS RELAÇÕES SOCIAIS**

7) **Formas de governança próprias** – a diversidade de iniciativas diferentes que geram a existência de um Pólo Criativo, considerando-se aqui toda a natureza de organização, faz ser necessária a implantação de instâncias e instrumentos de participação cidadã que sejam capazes de agir não somente entre si, mas também com os poderes públicos e outras instâncias de poder ou econômicas. A partir da organização comunitária local, estas experiências de governança devem possibilitar a criação de canais (sejam pessoas físicas ou organizações) capazes de: liderar e organizar atores em prol de objetivos comuns nas atividades; coordenar as ações dos diferentes atores para o cumprimento de objetivos comuns e negociar os processos decisórios locais, além de diversas outras atuações que promovam o desenvolvimento local. Somente com a participação da sociedade civil nos processos políticos podemos efetivar a cidadania como um todo e experimentar o empreendedorismo sem chancelas do poder público, como nos cita Barros<sup>15</sup>. “Sem a compreensão de que a participação da sociedade civil

---

<sup>14</sup> ZALLO, 1988, p. 52 citado por BARBALHO, Alexandre in LEITÃO, Cláudia (org) Gestão Cultural: significados e dilemas na contemporaneidade. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

<sup>15</sup> BARROS, José Marcio. Disp. no sítio <http://blogs.cultura.gov.br/diversidadecultural/files/2009/06/apresentacao-jose-marcio.pdf?file=2009/06/apresentacao-jose-marcio.pdf>

num projeto democrático e inclusivo refere-se a uma partilha efetiva do poder entre Estado e sociedade civil, por meio do exercício da deliberação no interior de novos espaços públicos, podemos nos contentar com o convite ao empreendedorismo e ao protagonismo gerencial.”

8) **Desenvolvimento de tecnologias** – apesar de encontrarmos nos Pólos uma grande maioria iniciativas formadas por pequenos ou médio empreendedores, devemos recordar que os mesmos estão inseridos em um sistema capitalista global/ocidental, que possui seu *modus operandi* administrativo, econômico e de comunicação já estabelecido e referendado como estratégia de sustentabilidade para a maioria dos empreendedores atuais. O diferencial das experiências das iniciativas ligadas à Economia Criativa nos mostra alternativas a este caminho através do desenvolvimento de novas tecnologias, sejam tanto no campo da informação e da comunicação, colaborando para a construção de redes de relacionamento e para a funcionalidade da co-produção; passando ainda pela área das relações comerciais através dos usos de novos sistemas de financiamento e de troca de bens, ou ainda nas esferas da administração propriamente ditas, através das novas formas de governança e de responsabilidade social. Estas novas tecnologias tornaram-se umas das grandes responsáveis pela aposta na inovação da relação entre capital e criatividade humana, daí ser este um fator predominante na questão da Economia Criativa. Novas tecnologias que apresentem novas formas de relacionamento integrando os setores públicos e privados e propondo soluções que gerem impacto positivo tanto nas formas de produção, como nos mercados e na organização das atividades econômicas, sociais e culturais.

9) **Sustentabilidade ambiental e social** - Sustentabilidade é um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da humanidade. Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e atividades humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades, expressar o seu maior potencial no presente; ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais. As iniciativas criativas ampliam sua responsabilidade com a sociedade e o desenvolvimento a partir do momento que inserem em suas bases de trabalho metas que consideramos sustentáveis, sendo elas a responsabilidade ecológica e ambiental; a viabilidade econômica; a justiça social em seus conceitos básicos de democracia cidadã e comércio justo e a aceitação cultural por parte do espaço, inclusive respeitando e adequando-se à dinâmica urbana e arquitetônica que compõe a memória e os hábitos de vivência do lugar.

## **CONCLUSÃO**

Apesar de procuramos neste artigo colaborar com a compreensão do que sejam os Pólos Criativos, tendo como premissas todos os aspectos encontrados através de uma pesquisa bibliográfica, mas ainda observando experiências existentes tanto a nível nacional como internacional, acreditamos que este seja, como pontuamos no início, um conceito em constante formação dada sua novidade nos campos da economia, da cultura do comércio e todos os demais que compõem a atividade criativa.

Sabemos que tais conceitos de nada poderão servir se não houver uma base de institucionalização para estas propostas e, ainda, para o reconhecimento e fomento à existência de Pólos Criativos no Brasil, daí reforçamos a necessidade de estudos futuros no que concerne ao desenvolvimento de indicadores, propostas de metodologias de averiguação, e ainda a proposição de ações estratégicas para a efetivação da Economia Criativa como ferramenta para o desenvolvimento local.

Além destas necessidades, urgente também se faz a criação de arcabouços legais e outras ações que colaborem com a disseminação não só deste conceito, mas da necessidade de apoio a estas experiências. Dentre estas ações ressaltamos as adequações das Leis que regem as micro e pequenas empresas no Brasil, a criação de redes de lugares criativos e o envolvimento de diversos parceiros em todos os níveis federativos.

Mesmo com todo o apoio legal e institucional, e seja qual for a característica territorial do Pólo Criativo, a natureza histórica de sua implantação, ou ainda sua meta funcional, não podemos deixar de comentar outro aspecto importante neste conceito, que é o de considerá-lo um espaço geográfico de convivência humana, onde as relações aprofundam-se no cotidiano e que, de certa forma, retomam algumas práticas pessoais abandonadas na atualidade,

Colaborar com a definição, institucionalização e implantação de experiências exitosas em Pólos Criativos no Brasil é comprometer-se com diversos objetivos que vão além do desenvolvimento econômico local. Trata-se também de auxiliar na redução das desigualdades sociais e regionais; de inovar nas práticas tecnologias de produção e sociais; de melhorar o grau de formação e educacional local; de colaborar com a sobrevivência de micro, pequeno e médio empreendimentos através do aumento de sua competitividade e de sua produção e de promover uma economia baseada na sustentabilidade e responsabilidade ambiental e social.

## **BIBLIOGRAFIA**

BARROS, José Marcio. Disponível no sítio

<http://blogs.cultura.gov.br/diversidadecultural/files/2009/06/apresentacao-jose-marcio.pdf?file=2009/06/apresentacao-jose-marcio.pdf>

CAMPOS, Cleise e PITOMBO, Mariella in *Percepções: cinco questões sobre políticas culturais*. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. Disp.em [www.agenda21cultura.net](http://www.agenda21cultura.net)

DEHEINZELIN, Lala in LALA e REIS. SEBRAE/ES. *Cadernos da Economia criativa*. Disponível em: <http://vix.sebraees.com.br/arquivos/biblioteca/Cadernos%20de%20Economia%20Criativa.pdf>

DOS SANTOS-DUISENBERG, Edna. *Economia Criativa Promovendo Desenvolvimento Inclusivo e Sustentável no Brasil*. Reprografia sem data.

MARTINELL, Alfons em UNESCO, *Políticas culturais para ou desenvolvimento: uma base de dados para a cultura*. UNESCO, Brasília, 2003.

MARTINELL, Alfons. in *Revista Observatório Irau Cultural/OIC – n. 11 (jan-abr 2011)* São Paulo: Itaú Cultural, 2011.

MDIC, pg 5, *Termo de Referência para Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais*, disponível em [www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)

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

PARDO, Jordi in REIS, Ana Carla Fonseca e KAGEYAMA, Peter (orgs). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

PIRES, Elson L.S. *INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local*. Vol. 8, N. 2. Set. 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/inter/v8n2/a02v08n2.pdf> Acessada em 25/11/2011.

UNCTAD (2008) *Creative Economy Report – 2008, Partnership UNCTAD/UNDP*, N.York, 2008

UNCTAD, *Fortalecendo as Indústrias Criativas para o Desenvolvimento em Moçambique*. 2011: disponível em <http://www.unctad.org/creative-programme>

ZALLO, 1988, p. 52 citado por BARBALHO, Alexandre in LEITÃO, Cláudia (org) *Gestão Cultural: significados e dilemas na contemporaneidade*. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.