

ECONOMIA CRIATIVA: DISCUSSÃO PARA O PERFIL MULTICULTURAL DA CIDADE DE BOA VISTA/RR

Elialdo Rodrigues de Oliveira¹, Ana Hilda Carvalho de Souza²,
Ana Maria Clemente³, Geralda Rodrigues Clemente⁴

Resumo: Este artigo objetiva avaliar o potencial criativo presente na realidade multicultural de Boa Vista, capital do estado de Roraima, na geração de um desenvolvimento socioeconômico sustentável na melhoria da qualidade de vida de populações urbanas. Com vista no “genius loci”, destaca a importância da economia da criatividade, a partir de uma rede de interseções humanizadas centradas em planejamento de políticas que visam o desenvolvimento de talentos, tecnologias e tolerância, no contexto urbano do local. Utilizou-se o método comparativo com cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana, desenvolveram uma economia ao redor de ativos intangíveis e simbólicos no fortalecimento de setores tradicionais, tornando-se criativas. Verificou-se que as potencialidades criativas identificadas no contexto de Boa Vista passam pela sustentabilidade econômica dos recursos naturais, inter-relacionadas a níveis micro e macro com o grau de inteligência humana, de desejos, de aspirações, motivações, imaginação e criatividade de seus habitantes.

Palavras-chave: Criatividade. Recursos naturais. Desenvolvimento econômico.

1 INTRODUÇÃO

As cidades sempre desempenharam um papel fundamental no processo de evolução das sociedades. Entretanto, na contemporaneidade, tornou-se mais evidente e relevante sua importância no contexto socioeconômico, com a participação nos procedimentos de desenvolvimento de um país ou nação,

1 Licenciatura em Filosofia (UCB), licenciatura em Pedagogia (FACETEN), mestrado em Educação (ENESA), mestrado em Economia (UFRGS), doutorando em Educação: Currículo (PUC/SP). E-mail: elialdo_oliveira@hotmail.com

2 Mestre em Economia (UFRGS), doutoranda em Ambiente e Desenvolvimento (UNIVATES/RS). Email: anahildarr@hotmail.com

3 Licenciatura em Pedagogia (UNIRR). Email: ana_maria_clemente_@hotmail.com

4 Licenciatura em Pedagogia (UNIRR). Email: geclemente2010@hotmail.com

mediante uma inovada consciência de sustentabilidade, a partir da visão holística do uso racional dos recursos naturais.

Diante deste contexto, algumas cidades souberam se reinventar, destacando-se como cidades criativas. Estes centros urbanos desenvolveram uma economia movendo-se ao redor de ativos intangíveis e simbólicos no fortalecimento de setores tradicionais da economia como a dimensão cultural. Em nível internacional destacam-se cidades como Londres, a partir de 1997, sob o governo Tony Blair; Barcelona, a partir das Olimpíadas de 1992; Bogotá, desde o primeiro governo de Antanas Mockus, em 1994; Bilbao, desde fins da década de 1980 (REIS; URANI, 2009).

Esses autores observam que nas cidades brasileiras, há enorme criatividade, mas as iniciativas ainda não se integram em uma estratégia de transformação. Contudo, citam algumas cidades de porte médio (100-500 mil habitantes), como Santa Maria/RS, que estão buscando trilhar esse caminho. Na categoria daquelas de pequeno porte (até 100 mil habitantes), destacam Guaramiranga/CE, Paraty/RJ, Natividade/TO.

A complexidade das metrópoles faz desse tema um grande desafio, e, uma enorme oportunidade de desenvolvimento socioeconômico. A reflexão ganha mais sensatez ao se desenvolver dentro de espaços com uma diversidade cultural que se orienta pela criatividade. Dado revelado no espaço e no ambiente urbano da cidade de Boa Vista, onde se desvela uma realidade multicultural com aspectos interculturais.

Partindo desse contexto, o presente artigo objetiva fazer uma discussão acerca do potencial criativo da cidade de Boa Vista, buscando destacar elementos da economia criativa como uma possibilidade a mais de geração de renda, sem perder de vista a sustentabilidade social, econômica e humana. Em acordo a tal pressuposto, tem como objeto desenvolver um estudo identificando condições favoráveis a uma economia criativa e inovadora na construção de um desenvolvimento sustentado para a capital Boa Vista, a partir de princípios norteadores de cidades criativas.

Para o desenvolvimento deste estudo, foi utilizado o método de pesquisa tipo descritiva, estabelecendo comparação com cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana, apostando na criatividade de sua população. Também se procedeu à combinação de pesquisa bibliográfica e documental em órgãos institucionais relacionados com o tema de economia e cidade criativa. Procedeu-se também, por meio da pesquisa de campo, a coleta de dados, com a técnica de observação sistemática, de ambientes/locais que podem melhor compreender Boa Vista com potencial para ser caracterizada como cidade criativa.

Neste sentido, inicialmente, buscou-se traçar, a partir de um estudo teórico e empírico, o perfil das cidades criativas pesquisadas, através de dados sobre a dinâmica que caracterizam estas cidades como criativa. Posteriormente, identificou-se a dinâmica de Boa Vista, através da avaliação de ambientes criativos, percepção e comportamento de sua população frente a questões

econômicas, sociais e culturais, para então descrever características para Boa Vista se tornar uma cidade criativa.

2 CRIATIVIDADE E RECURSOS NATURAIS: PERSPECTIVAS

PLANEJADAS DE DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL

A sustentabilidade urbana demanda ações diretas da gestão pública e privada. Entretanto, essa questão reside tanto na alteração dos valores morais pessoais, quanto na ação institucional (JENKINS, 1998). Para Martine (2007), as questões políticas mais urgentes do século 21, no espectro da relação população/desenvolvimento/meio ambiente (PDA), são aquelas relacionadas ao atual processo de crescimento urbano no mundo em desenvolvimento. Portanto, investigar sobre economia criativa e discutir políticas para o incentivo da criatividade, como proposta ao desenvolvimento sustentado e sustentável de áreas urbanas no Brasil, são uma alternativa que valoriza os diversos seguimentos da vida humana.

Nesse sentido, discute-se Boa Vista/RR como cidade criativa, unindo pilares do passado, singularidades do presente e vocações do futuro. Ana Carla Fonseca Reis, economista e consultora em economia criativa para a ONU (UNCTAD; PNUD), na 1ª edição do seminário internacional Porto Alegre Cidade Criativa⁵, aborda:

Discutir uma cidade [...] exige reunir pessoas capazes de seguir um fio histórico, unindo pilares do passado, singularidades do presente e vocações futuras. Requer, também, revelar as intrincadas e multifacetadas relações entre formas de perceber a cidade, entender suas fragilidades e soltar as velas de seus potenciais (SANTANDER, 2009).

Em outras palavras, compreende-se que a discussão de uma cidade criativa exige a construção sistemática de estratégias que a partir do passado possa desenvolver ações no presente que influencie a existência futura de uma sociedade urbana. Martine (2007) pressupõe a necessidade de definir metas, olhar para o futuro que se configura de forma processual para definir estratégicos de desenvolvimento. O autor entende a urbanização como uma das forças mais relevantes no universo do Século XXI, porém responsável pela

5 Este seminário, realizado em setembro de 2009, abre portas para que Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, participe da Rede de Cidades Criativas, criada pela Unesco em 2004 e que já reconhece 16 cidades em sete áreas diferentes do planeta por sua excelência no campo das artes. Segundo Castioni (s.d), atualmente se encaixam nesse conceito cidades como Assuan, no Egito, e Santa Fé, no Novo México, por conta do desenvolvimento das suas artes populares; Popayán, na Colômbia, pela gastronomia; Edimburgo, na Escócia, pela literatura; Berlim, Buenos Aires e Montreal, pelo *design* de sua arquitetura; Bolonha, na Itália, Glasgow, na Escócia, e a espanhola Sevilha, pela música típica, considerada ponto forte em criatividade.

maioria dos problemas ambientais mais críticos enfrentados pela civilização moderna, fundados nos padrões de produção e consumo.

3 POLÍTICA PÚBLICA DE DESENVOLVIMENTO PARA UMA CIDADE CRIATIVA

As políticas públicas pensadas acerca do tema da cidade criativa devem incluir no seu universo políticas ambientais (MORETTO; GIACCHINI, 2006). Para isso, é necessário empenho de formuladores de políticas públicas que contribuam para o bem-estar social e humano em uma cidade. Adicionada da participação da comunidade na busca de políticas criativas para a sustentabilidade à cidadania no espaço urbano.

A teoria de Richard Florida (2002) acerca do Talento, Tolerância e Tecnologia, conhecida como 3Ts, destaca que as políticas públicas de desenvolvimento da cidade criativa, devem estar direcionadas ao desenho de um plano governamental, com atração para investimentos e condições para a existência de vários estilos de vida e amenidades. No âmbito brasileiro, os provimentos de política pública social urbana do Estatuto da Cidade - Lei nº 10.257/2001 estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo.

Mesmo que o tema das políticas públicas criativas seja compreendido como políticas de Estado, consolidadas por projetos solidamente planejados, portanto, é fundamental destacar o papel e a importância da sociedade organizada como agente fomentador da consciência de se pensar a cidade e seu *status* criativo, sobre o *Genius Loci*⁶ ou espírito criativo da cidade (LANDRY, 2000).

Reis (2007) destaca a importância do planejamento de políticas públicas no processo de desenvolvimento socioeconômico de uma cidade criativa. Define como sendo ações voltadas para o desenvolvimento de forma integral da cidade, sobretudo no estímulo às atividades culturais. Para a autora o conceito do público pertence ao coletivo, portanto, deixa de ser sinônimo de política governamental. Em outras palavras, a ideia de política pública de cultura, ultrapassa os limites da pasta de cultura do governo e envolve o setor privado e a sociedade civil.

Para Pires (2010), essa visão leva à construção de um ambiente favorável ao desenvolvimento da economia criativa, mola propulsora das cidades sustentáveis e inteligentes, porém, entende que é dever moral do Estado proporcionar aos seus o bem comum. Logo a política pública é essencial para gerar desenvolvimento e dignidade humana, como conceitua Mehedff (2002, p. 13):

6 "O caráter do lugar" LANDRY, Charles. The creative City, A toolkit for urban innovators.

Política pública é entendida como um processo de decisão, onde se estabelecem os princípios, as prioridades, as diretrizes que organizam programas e serviços nas diversas áreas que afetam a qualidade de vida do cidadão. A noção de política pública corresponde a formas de intervenção econômico-social - expressa em serviços, ações e programas – com vistas a um projeto de nação.

Daí se abstrai a necessidade de conhecer aspectos da realidade como um processo de contínuas mudanças a partir de um espírito inovador e criativo, habitante do espaço urbano, com ênfase, no que se referem os 3Ts de Flórida (2002). Todavia, o desafio de elencar uma cidade à condição de cidade criativa é enorme, uma vez que demanda formulação de estratégias pautadas numa “economia criativa”.

Landry (2000) considera as pessoas como o conteúdo principal da cidade criativa. Dessa forma, a criatividade da cidade pode vir de qualquer fonte, ou seja, qualquer pessoa é capaz de resolver um problema, contudo, é fundamental destacar a capacidade de suas redes tanto quanto de sua administração. Ademais, políticas públicas para cidades criativas são políticas de investimento nas próprias pessoas para uma melhor qualidade de vida.

Assim, as abordagens sobre cidades criativas (LANDRY, 2000; FLORIDA, 2002; KUNZMANN, 2006), destacam a importância da aposta numa segunda geração de políticas públicas ligadas à criatividade e à inovação urbana. Uma proposta que vise à atração e fixação de talentos, à capacidade de desenvolver investigação e produtos tecnológicos (universidades e empresas inovadoras), apoiadas numa atitude tolerante na valorização da diversidade social e cultural, bem como na conservação do espaço urbano.

No entendimento de Pires (2010), ao formular políticas capazes de instigar o protagonismo social e um ambiente favorável à criatividade e à inovação, é fundamental o incentivo e a indução de projetos inovadores que visem maior competitividade regional, fortalecimento cultural e ampliação do caráter público da cidade. Pelo mesmo princípio, para Hartly (2005), fortalece sua identidade e suas organizações sociais e a sustentabilidade da cidade, assim como as questões de cidadania e liberdade.

Ainda Reis (2007) destaca que é necessário definir objetivos comuns e específicos a todas as pastas de uma administração. Como sugestão, salienta que para fomentar tais cidades criativas no Brasil, é preciso recuperar o patrimônio histórico-cultural; levar artistas para áreas não ocupadas do espaço urbano; atrair talentos; identificar a particularidade local que pode alavancar o crescimento econômico; e capacitar os gestores públicos para planejar os polos criativos.

Desse modo, será possível elevar o grau de desenvolvimento socioeconômico de forma racional, garantindo a sustentabilidade e o respeito ao ambiente natural, como base necessária à sustentabilidade humana. Esta

poderá ser a forma mais objetiva de transformar uma cidade, assim como Boa Vista, numa cidade inteligente na promoção da qualidade da vida de seus habitantes.

4 CORRELAÇÃO DOS ASPECTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS DE CIDADE CRIATIVA COM BOA VISTA/RR

O surgimento das cidades foi marcado pela necessidade social e econômica de relacionamento e subsistência humana. Porém houve uma deterioração ambiental do espaço urbano, dado a concentração populacional (MARTINE, 2007). Dessa forma há na pós-modernidade um divórcio entre economia e ecologia (NAREDO, 2001).

Nos estágios de transformação das cidades, Reis (2008) destaca que a partir do século XX, o advento da sociedade e economia do conhecimento, onde se tem início o reconhecimento de uma nova forma de capital, o “capital humano” em termos sociais e econômicos. Neste contexto, Landry (2000) destaca que o indicativo da cidade enquanto espaço econômico criativo, possibilita alternativas à criação de condições necessárias para as pessoas pensarem, planejarem e agirem com imaginação na procura por oportunidades ou respondendo a problemas urbanos aparentemente insanáveis.

Intrigado pelo fato de que algumas cidades prosperam e outras não, Landry (2000), apresentou pela primeira vez um conceito de cidade criativa, como sendo uma “ferramenta para a inovação urbana”. Para tanto, é preciso dispor de indústrias culturais, multiculturalismo, inovação arquitetônica, comunitarismo urbano, vizinhança e identidade.

Já Reis (2008, texto digital), define que a “cidade criativa é entendida como uma cidade capaz de transformar continuamente sua estrutura socioeconômica, com base na criatividade de seus habitantes e em uma aliança entre suas singularidades culturais e suas vocações econômicas”. Nessa perspectiva, vale destacar que Boa Vista dispõe de várias das qualidades relatadas, além de uma vocação para cidade do conhecimento (FERREIRA, 2010), apresentando elementos próprios de uma economia criativa.

No entendimento de Florida (2005), as cidades criativas são caldeirões de criatividade nas quais a energia criativa dos seres humanos pode ser transformada em novas formas de interação comunitária. Para tanto, destaca a atratividade como elemento fundamental num modelo de cidade criativa. Atratividade que depende de tecnologia, talento e tolerância. Tudo isso se correlaciona perfeitamente com a cidade de Boa Vista que é chamada por artistas locais como um “caldeirão cultural”, por suas dinâmicas e características multi- e interculturais.

A compreensão dos termos e conjunto de saberes da experiência e das inter-relações culturais pode ser melhor entendida a partir da compreensão de

multiculturalismo e interculturalismo, pois possibilita a consciência de perceber e pensar o ambiente urbano, como “revolucionário” no sentido de ser criativo.

Segundo Santos e Nunes (2003, p. 12), “a expressão multiculturalismo designa, originalmente, a coexistência de formas culturais ou de grupos caracterizados por cultura diferentes no seio das sociedades ‘modernas’”. O termo se tornou um modo de descrever as diferenças culturais em um contexto transnacional e global. Ao abordar sobre o multiculturalismo, Canen e Moreira (2001, p. 30) apontam um dos propósitos fundamentais do termo, qual seja “promover o respeito pela diversidade”.

Porém cabe destacar que o termo apresenta as mesmas dificuldades e os mesmos potenciais do conceito de cultura.

Segundo os autores em questão, a interculturalidade corresponde ao processo contingente de construção de ligações e associações, sem o imperativo de “inclusividade” e do “temos de viver juntos”, permanentemente em nome da paz e da justiça, do multiculturalismo; acentua o espaço “entre”, o espaço dos contatos, das ligações, mas também da discordância, dos conflitos, das negociações e do “direito de sair”.

Desse modo, a economia criativa, principalmente para ser desenvolvida em espaços de realidades multiculturais como o ambiente urbano de Boa Vista, pressupõe a necessidade da teoria dos 3Ts de Florida (2003). Porém, a questão do multiculturalismo “deve ser abordada para além da ideia de tolerância e respeito à diversidade cultural, devendo a identidade e a diferença serem tratadas no âmbito dessa formação como questões de ordem política” (ALVES, 2010, p. 28). Isso sugere que se busque incorporar às políticas e às práticas econômicas, maneiras de valorizar as identidades plurais e as reflexões sobre os mecanismos discriminatórios, que buscam certas tensões entre a diferença e a igualdade (SOUZA, 2003).

Portanto, ao focalizar a diversidade cultural e identitária, Santana (2009), aborda que o multiculturalismo proporciona uma necessidade de atuação consciente, diante da negação das diferenças com o intuito de impor uma única cultura, fato que em certa medida, está enraizada no cotidiano das malhas da sociedade pós-moderna. Sobretudo no que diz respeito à interação entre identidades, dada a nova percepção e concepção da realidade multicultural, cada vez mais acentuada na era da globalização, impulsionada por novos tempos e espaços da tecnologia de informação e comunicação. Conforme pontua Chizzotti (2013, p. 3) “toda manifestação da atividade humana, espontânea ou refletida, consciente ou inconsciente, contém uma concepção embrionária da realidade”, principalmente, nesse espaço marcado pela multiculturalidade que se retrata na diversidade de povos indígenas e não indígenas, caracterizados pelo convívio de diferentes identidades.

Dessa forma, Boa Vista, revela um alto nível de tolerância para convivência (FLORIDA, 2005), fator importante numa cultura aberta às

diferenças para a criação de novas ideias e modelos produtivos. Dado identificável no universo de uma economia planejada, a partir do universo da pessoa humana como ponto estratégico de desenvolvimento em toda a sua extensão (DI MARCO, 2009).

Assim, apostar em Boa Vista como cidade criativa, estará apostando na atração de talentos, na existência de educação de qualidade, empresas inovadoras e na prática da cooperatividade entre as pessoas. Resultando numa cidade autêntica, informal e vibrante de uma qualidade de vida excelente. Um lugar onde habita a classe criativa (FLORIDA, 2005), um lugar efervescente, porém tolerante e economicamente humanizado. Como aborda Liliana Magalhães, superintendente do Santander Cultural, na 1ª edição do seminário internacional Porto Alegre Cidade Criativa:

A cidade criativa torna-se um espaço capaz de mergulhar em uma transformação sociocultural e econômica, sempre com olhar voltado para o entrelace das singularidades e vocações da cidade. Na convergência de metas entre agentes e setores uma estratégia comum de resultados para o mundo (SANTANDER, 2009, texto digital).

Nesse sentido pode-se entender que a introdução do conceito de cidade criativa em Boa Vista poderá promover inovações na forma como abordar a dinâmica de desenvolvimento da cidade. Tais modificações tornam-se mais evidentes quando se trata de questões socioeconômicas que se põem a funcionar como soluções competitivas e distintivas, como aborda Correia (2009).

Tornando o entendimento mais amplo, Ferreira (2010), aponta autores como Castells (2000), Sassen (2000) e Mosco (1996), que compreendem as cidades criativas como sendo cidades globais. Esses autores reconhecem a forma em rede das relações sociais e econômicas, na produção de serviços especializados e financeiros, impulsionados pelas tecnologias de informação e comunicação (REIS, 2007).

Na conceituação de cidade criativa como cidade global, Ferreira (2010), esclarece que essas cidades são centros estratégicos para gerenciamento da economia global e sabem aproveitar suas potencialidades criativas para gerar desenvolvimento socioeconômico de forma planejada, visando sua sustentabilidade (MORETTO; GIACCHINI, 2006).

Conceito que se aplica à cidade de Boa Vista, onde se verifica seu funcionamento como centro econômico e financeiro do estado de Roraima. Uma vez que em Boa Vista é que estão concentrados todos os setores necessários ao desenvolvimento criativo, desde jurídico, executivo e legislativo, até educativo, empresarial e cultural.

5 MULTICULTURALISMO NO CONTEXTO URBANO DE BOA VISTA

Boa Vista, capital de Roraima, foi a quarta capital de estados brasileiros a ser projetada com seu centro disposto em formato radial, dando a aparência de um leque (PLANO DIRETOR, 2006). Localizada acima da linha do Equador, no extremo norte do Brasil, possui uma população correspondente a 65,3 % da população total do Estado (IBGE, 2010). É o principal centro urbano do Estado, concentra uma migração distinta, por se apresentar dinâmica na oferta de bens e serviços diversos, enriquecidos pela multiculturalidade, que caracteriza grande parte da população, com seus valores e modo de vida.

A cidade é fruto de uma urbanização que se deu de forma rápida e intensa, com grande poder de atração para pessoas e empreendimentos em diversas áreas, com destaque para a área cultural, enriquecida por um vasto acervo artesanal indígena. Dessa forma, possui diversas atividades artísticas e culturais, como ambiente para o desenvolvimento e a integração econômica. Portanto, dentre o conjunto de suas riquezas, o maior grau de importância vem de sua própria população.

A arquitetura urbana é percebida como expressão do seu desenvolvimento histórico, social e econômico. Os aspectos da modernidade estão expressos em casas e prédios, que desenham a cidade como uma obra de arte ilustrada por praças, gramados e jardins que se apresentam por todo o espaço urbano. Neste cenário, destaca-se o conjunto arquitetônico histórico-cultural de construções do final do século XVIII, inspiradas nas formas romanas e gregas. Neste rol, destaca-se o prédio da Prelazia, construída em 1909, que já funcionou como hospital administrado por monges beneditinos.

A cidade possui também um comércio urbano marcado pela informalidade, porém organizado pela prefeitura em centros de “camelódromos” na região central da cidade e em alguns bairros mais desenvolvidos. Conta ainda com várias feiras livres em vários pontos da cidade e uma gastronomia que expressa, pela mistura de sabores, sua multiculturalidade. Sobressaindo-se a culinária indígena, ao despertar o exótico tempero original.

Nos produtos do artesanato, destacam-se as bijuterias, presentes em lojas no comércio local e também em feiras nacionais. Comumente confeccionados à base de sementes regionais e fibras do buriti, uma planta nativa do lavrado regional. Esse recurso natural se constitui matéria-prima abundante, empregada com manejo sustentável para renda extra aos artesãos.

Como destaca Florida (2005) e Landry (2000), o patrimônio mais importante da cidade criativa são as pessoas que nela vivem e produzem. Assim, essas possibilidades econômicas, somam-se a outros seguimentos da produção econômica criativa, e configuram, alternativas para uma Boa Vista potencial para a economia pautada pela criatividade, com tendência a ser uma cidade criativa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Boa Vista, é uma cidade potencial para tendência criativa. Contudo, necessita desenvolver políticas públicas ambientais e educacionais criativas, capazes de instigar o protagonismo social e um ambiente favorável à criatividade e à inovação, sem perder de vista seu ambiente natural. Adicionada de incentivo de projetos inovadores e indutores da competitividade regional, do fortalecimento cultural, para empoderamento do caráter público da cidade, que fortalecem a identidade da cidade e suas organizações sociais, de forma sustentável.

Correlato às ideias dos autores ao desenvolver-se a partir de premissas de criatividade, Boa Vista poderá estar expressando, em nível micro e macro, o seu grau de inteligência humana, os desejos, as aspirações, motivações, imaginação e criatividade de seus habitantes no uso racional do espaço natural.

Dessa forma é sensível o fato de que, dada a conjuntura urbana na atualidade, o primado da criatividade está sobrepondo à concentração de infraestruturas, acesso ao mercado e localização de centros de decisão, enquanto recursos urbanos. Destarte, essa pode ser a forma mais objetiva de transformar Boa Vista numa cidade inteligente pela educação, melhorando a qualidade e a humanização progressiva das pessoas, a partir da inter-relação entre as pessoas e delas com o ambiente.

REFERÊNCIAS

BOA VISTA, Prefeitura Municipal de. **Plano Diretor de Boa Vista/2006**. Disponível em: <<http://www.boavista-rr.gov.br>>. Acesso em 12 jan. 2010.

CASTELLS, M. **The rise of the network society**. 2nd ed. Vol. 1. Blackwell Publishing, 2000.

DI MARCO, Luís Eugênio (org). **Doctrinas y estrategias desde el Humanismo Económico. Los "Planes Esperanza" en la América india**. Córdoba: Ediciones CIEC, 2009.

FERREIRA, Fábio. **Salvador e Austin enquanto cidades criativas: planos estratégicos e os fatores tecnologia, talento e tolerância**. Disponível em: <<http://www.cinform.ufba.br/7cinform/soac/papers/adicionais/FabioFerreira.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2010.

FLORIDA, Richard. **The Rise of the Creative Class: And How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life**. New York: Basic Books, 2002.

FLORIDA, Richard. **Cities and the Creative Class**. First ed. New York: Routledge, 2005.

JENKINS, T. N. **Economics and the environment: a case of ethical neglect. Ecological Economics**. Institute of Rural Studies, University of Wales, Aberystwyth SY23 3DD, UK. 1998.

KUNZMANN, Klaus R. **Cidades de médio porte, Planejamento Estratégico e Governança Criativa no sul do Báltico Arc**. Disponível em: <<http://openpdf.com/ebook/kunzmann-pdf.html>>. Acesso em: 18 jul. 2010.

LANDRY, Charles. **Lineages of the Creative City**. In: Netherlands Architecture Institute, 2005. Disponível em: <http://www.comedia.org.uk/pages/pdf/downloads/Lineages_of_the_Creative_City.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2010.

LANDRY, Charles. **The Creative City**. Londres: Earthscan Publications Ltd, 2000.

SANTANDER, Grupo Brasil. **1ª edição do seminário internacional Porto Alegre Cidade Criativa. Setembro, 2009**. Disponível em: <<http://www.santandercultural.com.br>>. Acesso em 25 jul. 2010.

MARTINE, George. **O lugar do espaço na equação população/meio ambiente**. R. bras. Est. Pop., São Paulo, v. 24, n. n. 2, p. 181-190, jul./dez. 2007.

MEHEDEFF, C.G. **Trabalho, renda e participação social: questões básicas para a atuação de conselheiros e técnicos municipais**. 1ª edição. Brasília: Plano Editora, 2002.

MORETTO, Cleide Fátima; GIACCHINI, Jussara. **Do surgimento da teoria do desenvolvimento à concepção de sustentabilidade: velhos e novos enfoques rumo ao desenvolvimento sustentável**. Universidade de Passo Fundo. Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis. Centro de Pesquisa e Extensão da FEAC. Texto para discussão nº 06/2006.

NAREDO, José Manuel. **Economía y sostenibilidad: la economía ecológica en perspectiva**. Revista On-Line de la Universidad Bolivariana Volumen 1, Número 1 2001.

PIRES, Anita. **Cidade Criativa**. Disponível em: <http://floripamanha.org/vbf/?page_id=8>. Acesso em 14 jul. 2010.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri/SP: Manole, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas, turismo cultural e regeneração urbana**. In: **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento** (Org.). São. Paulo: Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008, Disponível em: <<http://www.gestaocultural.org.br/pdf/Ana-Carla-Fonseca-Cidades-Criativas.pdf>>. Acesso em 12 jul. 2010.

REIS, Ana C. Fonseca; URANI, André. **Creative cities – a Brazilian experience**. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: Perspectives**. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>>. Acesso em 15 jul. 2010.