

Economia Criativa: uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte

Creative Economy: an urban
development strategy in Belo Horizonte

Renata de Leorne Salles [1]

Resumo

Este artigo pretende construir uma base de reflexão sobre a Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento urbano, adotada no Brasil nas últimas décadas. Será traçado um panorama acerca do novo setor através de uma revisão bibliográfica e, para exemplificar, tomaremos a cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais, onde tal segmento vem sendo incorporado pelos governos estadual e municipal através de políticas públicas culturais visando à valorização do plano local. As propostas mapeadas na capital nos permitirão pensar sobre a hipótese da adoção da Economia Criativa como um modelo de crescimento econômico que corrobora com a lógica de transformação espacial por meio da prática do empreendedorismo urbano local – baseada numa dinâmica rentista-financeira –, incentivando novos estudos na área.

Palavras-chave: economia criativa; desenvolvimento urbano; produção do espaço; política pública; inflexão neoliberal.

Abstract

This article intends to build a basis for reflection on Creative Economy as an urban development strategy, adopted in Brazil in recent decades. An overview will be drawn about the new sector through a bibliographic review, taking as an example the city of Belo Horizonte, state of Minas Gerais, where state and municipal governments have incorporated that segment through cultural public policies aimed at valuing the local plan. The proposals mapped in the capital city will allow us to think about the hypothesis of adopting Creative Economy as a model of economic growth that corroborates the logic of spatial transformation through the practice of local urban entrepreneurship – based on a rentier-financial dynamics –, stimulating new studies in the area.

Keywords: *creative economy; urban development; space production; public policy; neoliberal inflection.*



Introdução

Este artigo pretende construir uma base de reflexão acerca da denominada Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento urbano, adotada no Brasil nas últimas décadas. Dessa maneira, será traçado um panorama acerca do novo setor e, para exemplificar, tomaremos a cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais, onde tal segmento vem sendo incorporado pelos governos estadual e municipal, nos últimos anos, através de políticas públicas na área da cultura visando à valorização do plano local. Tal premissa pode ser vista em diversas políticas urbanas da atualidade, em termos mundiais, cujo alicerce na inflexão neoliberal do capitalismo global pode instaurar novas condições de desenvolvimento desigual em detrimento de políticas de bem-estar social e urbano. A importância da reflexão, portanto, diz respeito aos efeitos promovidos pelo novo setor na produção/reestruturação do espaço contemporâneo, além de outros desdobramentos. Nesse sentido, as propostas mapeadas na capital mineira nos permitirão pensar sobre a hipótese da adoção da economia criativa como um modelo de crescimento econômico que corrobora (ou não) a lógica de transformação espacial por meio da prática do empreendedorismo urbano local, determinada por uma dinâmica rentista-financeira.

Assim, como metodologia de pesquisa foi realizada revisão bibliográfica sobre economia criativa como uma ideia difundida em nível internacional e incorporada pelo governo federal brasileiro na década de 2010, visando à construção do projeto Brasil Criativo. Nesse sentido, é relativamente recente a proposição

de políticas públicas voltadas para tal segmento (Milan, 2016; Pacheco e Benini, 2015) sendo este, talvez, o motivo da escassez de literatura sobre o tema e, principalmente, sobre os desdobramentos e efeitos qualitativos de ações já implementadas. Além disso, muitas atividades culturais e criativas acontecem a partir de iniciativas da sociedade civil, sem o apoio do poder público, o que dificulta ainda mais a mensuração de tais políticas (Ipea, 2013; Milan, 2016). No caso de Belo Horizonte, a maioria dos estudos refere-se à região metropolitana e possui uma abordagem de natureza macrosociológica, contemplando aspectos mais quantitativos (Leitão e Machado, 2016; Machado et al., 2016, Fundação João Pinheiro, 2018). Apesar disso, foi possível identificar algumas propostas já implementadas na cidade e outras em curso, demonstrando que os aportes aos setores criativos parecem estar em evidência, como veremos mais adiante.

Pretende-se, portanto, lançar luz sobre as discussões acerca da reprodução de padrões de desigualdade e segregação socioespacial, uma vez que o novo segmento pode vir a favorecer os grupos detentores de capital intelectual e das tecnologias de informação relacionadas aos setores criativos, além dos agentes culturais já estabelecidos; em detrimento de interesses sociais mais amplos e da valorização das especificidades culturais locais, que possibilitem a abertura de novos campos para a expansão e circulação de bens e serviços culturais diversos.

Após esta introdução, serão apresentadas a definição de Economia Criativa e a descrição dos setores de serviços criativos que a compõem. Nas seções subsequentes, propõe-se um debate sobre a produção do espaço

nas metrópoles e sua relação com a expansão do setor de serviços, fenômeno que contribuiu para tornar a economia criativa uma estratégia urbana de desenvolvimento. Em seguida, propõe-se o debate sobre a centralidade adquirida pela cultura na contemporaneidade, cuja relevância foi se consolidando em prol do incremento de economias locais através da (re)valorização do patrimônio cultural e, mais recentemente, do fomento à economia criativa. Discutiremos, também, alguns modelos internacionais vinculados à cultura e incorporados por diversos países para, somente então, abordarmos o contexto histórico brasileiro, na tentativa de compreender como o estímulo aos setores criativos foi adotado pelo Estado, nos anos 2000, atrelado a processos de inclusão social. Por fim, levantaremos algumas ações implementadas em Belo Horizonte, que poderão servir de base para futuras investigações acerca do tema.

O conceito de Economia Criativa

A definição de Economia Criativa apresentada na Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad) – Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável – trata de forma ampla o novo segmento, cujo principal alicerce para o alcance dos efeitos de inovação e desenvolvimento almejados seria a criatividade. Logo, a nova economia é tida como uma

[...] força da economia contemporânea e no entendimento de que os desenvolvimentos culturais e econômicos não se dão de forma isolada, mas integrada

como parte de um amplo processo de desenvolvimento sustentável. A Economia Criativa incorpora aspectos econômicos, culturais e sociais, interagindo com a tecnologia, a propriedade intelectual e o turismo. (Unctad, 2012)

Nesse sentido, podemos considerar economia criativa como uma política que integra e articula cultura e economia, tendo a criatividade como o principal motor para o desenvolvimento socioeconômico ambicionado. Assim, através da criação de produtos e atividades culturais e criativas que tenham como suporte a propriedade intelectual e as novas tecnologias de informação, estas utilizadas para aumentar a produtividade e a eficiência nas economias baseadas no conhecimento (Florida, Mellander e King, 2015 apud Cauzzi e Valiati, 2016), espera-se alcançar a inovação (no sentido de originalidade), o desenvolvimento sustentável e a diversidade cultural, recursos que vêm sendo considerados essenciais, em termos mundiais, para o fortalecimento de economias locais.

Ao propor desenvolvimento econômico e cultural de forma conjunta, considerando que já não há dissociação entre essas duas dimensões, a economia criativa sugere uma forma de conexão à rede econômica global. Portanto, investir em atividades culturais e criativas visando à geração de emprego e renda seria uma forma viável de promover desenvolvimento em distintas localidades, considerando a crescente demanda por lazer e entretenimento, além da emergência de cidades mais autônomas, capazes de lidar com os desafios da contemporaneidade (Marx, 2006; Losada, 2018), como a competitividade intercidades, o aumento do consumo cultural e turístico, entre outros.

Além disso, como os setores da economia criativa estão conectados aos fluxos de trabalho global e aos circuitos culturais, a importância desse segmento no âmbito da cidade se dá pela possibilidade de conexão de seus trabalhadores aos circuitos do capital global (Lees; Slater; Wily, 2008; Sassen, 2005). Nesse sentido, pressupõe-se que a denominada classe criativa, composta por membros dessa nova força de trabalho, seria capaz de promover mudanças como inovação, diversidade, oportunidades profissionais e, portanto, um maior desenvolvimento econômico local (Florida, 2002).

É importante ressaltar que os setores que compõem as indústrias criativas são derivados das indústrias culturais. Conforme o *Framework for Cultural Statistics* da Unesco (2009), eles englobam tanto os setores criativos dominantes/tradicionais da indústria cultural (patrimônio, artes, literatura e atividades correlatas), como os setores da indústria de serviços criativos (*design*, moda, arquitetura, etc.), acrescidos das novas mídias e tecnologias e demais atividades correlacionadas às indústrias culturais e criativas:

[...] aquelas que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza, o que inclui os produtos audiovisuais, o *design*, os novos meios de informação, as artes do espetáculo, a produção editorial e as artes visuais. (Ibid., p. 140)

Tal material resultou numa espécie de ferramenta que, desde então, vem servindo de base para a formulação de políticas públicas direcionadas para o setor. Além disso, o relatório da Unctad (2012) contribuiu para a difusão internacional do conceito de economia criativa

atrelado à criação de produtos simbólicos criativos como essencial para o desenvolvimento das nações.

A reestruturação espacial e a expansão do setor de serviços

Se o espaço urbano das metrópoles vem passando por diversas transformações socioespaciais e culturais desde as últimas décadas do século 20, muitas delas decorrentes da inserção da economia criativa no âmbito da cidade, vale lembrar que tal processo possui relação com a reestruturação das economias capitalistas avançadas (Smith, 2007) devido à desindustrialização das cidades, o que desencadeou o fenômeno da terceirização das atividades, com o crescimento das economias baseadas em serviços.

No Brasil dos anos 1980, os fenômenos de redemocratização e suburbanização, além da crise econômica, corroboraram a reestruturação espacial das atividades econômicas concomitantemente ao processo de terceirização, cujo setor de serviços começou a gerar mais empregos. Assim, pode-se dizer que as atividades produtivas e os serviços da economia criativa foram se expandindo e ganhando maior importância econômica, passando a ser os responsáveis pela promoção de diversas mudanças nas estruturas socioespaciais das cidades (Caldeira, 1997).

Além da migração do capital, através da expansão da atividade econômica no espaço urbano, houve, também, a migração de parte da população das áreas centrais para

novas centralidades emergentes. Consequentemente, a maioria dos centros históricos/tradicionais foi sendo fisicamente deteriorada e estigmatizada por muitos, com edifícios abandonados e/ou obsoletos devido à diminuição da função residencial e de atividades relacionadas às camadas média e alta que ocupavam tais regiões. Desse modo, iniciaram-se diversos processos visando à recuperação de tais localidades.

Smith (2007) discorre sobre as ações do poder público direcionadas para as regiões centrais como uma expressão da divisão do trabalho no espaço urbano, ou seja, o surgimento de novas empresas do setor de serviços nessas localidades seria determinado pelos interesses do capital. Ademais do fator *rent gap* (existência de terras disponíveis a baixo custo), os investimentos voltados para os centros urbanos seriam capazes de contribuir com a concentração de serviços avançados nessas áreas ou em suas proximidades.

Nesse sentido, surgiram diversas políticas públicas culturais interligadas a intervenções urbanas e tidas como estratégias corroborativas, visando à (re)ativação socioeconômica de áreas consideradas degradadas para, então, recuperá-las, fomentando a ocupação do espaço público e a promoção do consumo cultural e turístico, contando muitas vezes com aportes do setor privado. Demarca-se, portanto, uma mudança de paradigma no padrão de desenvolvimento urbano, de modo que o apelo cultural se tornou uma estratégia de investimento do poder público para promover as transformações desejadas nos mais diversos territórios, em busca do crescimento local, além de criar condições atrativas para a atuação da iniciativa privada.

Contudo, em grande parte dos casos, tais medidas têm se voltado para os interesses de mercado – lucratividade, medidas de controle e segurança, turismo, valorização imobiliária –, gerando a mercantilização do patrimônio e de atividades culturais, ofertadas predominantemente para as camadas médias e altas da população, desfavorecendo a democratização da cultura ou a implementação de políticas que garantam benefícios sociais mais amplos.

Os modelos de fomento à economia criativa

O papel da cultura e sua crescente mercantilização na contemporaneidade, a princípio, estiveram ligados às indústrias culturais e, logo, com a ampliação desse conceito, às indústrias criativas. Conforme aponta Adorno e Horkheimer (1985), a cultura é reveladora da estrutura do poder social dentro da lógica capitalista, ou seja, coloca em evidência o sistema hierárquico que compõe a sociedade e que, por sua vez, conforma os espaços da cidade. Nesse sentido, podemos dizer que os motivos econômicos reguladores da “Indústria Cultural” – denominação utilizada por alguns autores em meados do século XX para o fenômeno então conhecido como “cultura de massa” – a padronizam conforme o *status* e, com isso, delimitam o próprio consumo ao tornar os sujeitos objetos dessa indústria.

Tais mecanismos, ao serem incorporados por políticas públicas através de planejadores e gestores urbanos, acarretam processos de exclusão socioespacial, pois beneficiam as classes detentoras de maior poder econômico,

além de serem sistematicamente reproduzidos e difundidos com a ajuda dos meios de comunicação, que materializam os discursos dos promotores de tais dinâmicas.

Dessa maneira, podemos dizer que as indústrias culturais, cuja produção se voltou para as práticas de consumo na contemporaneidade, converteram-se num mecanismo de (re)produção do espaço. Instrumentos de controle (como a divisão espacial do trabalho) são reproduzidos e materializados no território através de arranjos organizacionais dos usos e atividades/serviços, que tendem a priorizar determinados locais em prol dos interesses dos atores envolvidos. Com isso, muitas das atuais políticas públicas acabam sendo orientadas pelas demandas de agentes privados e pelas lógicas de mercado. Assim, tais conceitos reguladores da produção cultural e intelectual foram sendo difundidos e adotados em distintas realidades urbanas, como é o caso dos investimentos voltados para os setores da economia criativa.

Vale ressaltar, também, um outro aspecto: a importância de alguns organismos internacionais na construção e propagação de modelos de desenvolvimento econômico baseados na cultura. A valorização do patrimônio (material e imaterial) promovida pela Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) na década de 1970 emoldurou as discussões urbanísticas internacionais a partir de então, criando modelos de revitalização de áreas centrais atrelados a cultura – e que foram adotados na América Latina mais tarde –, gerando uma conscientização mundial em torno da manutenção de bens culturais, relevantes para a preservação da memória e história dos cidadãos. No Brasil,

nesse mesmo período, a noção antropológica de cultura foi adotada, e o patrimônio saiu dos âmbitos artístico e histórico e entrou no âmbito cultural, ampliando seu conteúdo e evoluindo nesse sentido (Moreira, 2009).

No que diz respeito à economia criativa, os debates em torno do assunto vêm ocorrendo desde 1980. Após identificar tal segmento como essencial para o desenvolvimento econômico das nações no âmbito da globalização, construiu-se uma base para a formulação de políticas públicas considerando a criatividade como âncora, especialmente para as atividades culturais. Nota-se aqui, implícita a esse novo modelo, uma rearticulação entre sociedade, economia e cultura, já que o incentivo aos setores de serviços evidencia mudanças relacionadas ao processo de reestruturação econômica das cidades.

A partir de então, a promoção de políticas no âmbito cultural ganhou destaque, contribuindo para recuperar a atratividade de áreas reabilitadas e/ou incrementar o mercado competitivo intercidades, através do fomento ao consumo cultural e turístico (Arantes, 2000), estes considerados capazes de alavancar mais investimentos. Assim, as práticas culturais, além de impactar significativamente no desenvolvimento urbano, adquiriram um novo significado, tornando-se um recurso fundamental “[...] não só como práticas sociais, mas como um elemento-chave para a apropriação e transformação do espaço. Os territórios são redefinidos pelos decisores locais em conjunto com as organizações socioculturais” (Corte-Real, 2015, p. 88).

No Brasil, revalorizar os territórios por meio de políticas culturais tornou-se pauta recorrente em agendas urbanas a partir

dos anos 1980. A princípio, as elaborações fizeram-se em torno do patrimônio cultural, visando retomar as referências simbólicas e afetivas da população para revalorizar algumas regiões. Dessa maneira, diversas áreas centrais e/ou antigas zonas industriais converteram-se nos principais focos de políticas urbanas, que passaram a contar com os setores privados para recuperar localidades relativamente esvaziadas e/ou abandonadas objetivando a promoção de novos serviços e atividades atrativas, especialmente, para as camadas mais altas da população.

Além disso, consideraram-se também as questões relacionadas ao patrimônio construído e à identidade cultural local para reinventar tais paisagens urbanas. Esse esteticismo, em muitos casos, vem contando com o apoio de manifestações artísticas contemporâneas, duradouras (como pinturas em edificações) ou efêmeras (exposições, *performances*, etc.), realizadas no espaço público para criar lugares de visita. Um exemplo é o festival de arte urbana Cura (Circuito Urbano de Arte), que vem ocorrendo em Belo Horizonte, desde 2017, através de aportes do poder público municipal em conjunto com investidores privados visando fomentar a ocupação da rua (Veloso e Andrade, 2019).¹ Além da preocupação estética, nota-se o interesse em estimular a apropriação do espaço público e a interação social (Corte-Real, 2015).

Já nas últimas décadas e diante da consolidação dos processos de desindustrialização e suburbanização das cidades, é possível notar, de modo geral, o deslocamento de economias regionais na direção do capitalismo neoliberal, com o mercado atuando nas cidades latino-americanas como nunca se tinha visto antes (Roberts e Wilson, 2009). Tal fato vem promovendo uma reestruturação

econômica do espaço urbano brasileiro, cujos efeitos se fazem evidentes a partir da mudança na estrutura produtiva e na organização do mercado de trabalho. Estamos falando da terceirização das atividades econômicas e dos serviços, que pouco a pouco transformaram os territórios, em linhas gerais, em centros financeiros e de entretenimento, do ponto de vista turístico e comercial (Frúgoli Jr., 2000). Portanto, com a expansão da economia de serviços, o fomento aos setores de serviços criativos tornou-se relevante nas agendas urbanas estaduais e municipais.

Nesse sentido, investir na cadeia de serviços da economia criativa tornou-se fundamental para o desenvolvimento de muitas cidades, já que a proposição de políticas públicas de renovação atreladas à cultura, num contexto cuja demanda pelo consumo cultural é crescente, tornou-se um modo de preparar o terreno para a atuação do mercado imobiliário e/ou de empresários. Entretanto, à medida que esse novo padrão vai adquirindo hegemonia, a apropriação do espaço urbano contemporâneo fica a cargo dos atores privados, de maneira geral, alimentando alguns processos de segregação socioespacial.

Desse modo, podemos dizer que a relevância da economia criativa se tornou norteadora de políticas culturais nos âmbitos locais mais diversos, e identificar o fomento aos setores criativos em Belo Horizonte parece revelar a ânsia não só pelo desenvolvimento urbano, mas, também, pelo desejo de renovação do papel da cidade. Através de renovações urbanas atreladas à cultura, a capital mineira parece vir buscando o incremento de sua economia local para melhor articular-se num nível macro. Conforme De Marchi (2014) sobre o relatório da Unesco (2009):

Nele [relatório] afirmava-se que as indústrias criativas constituíam um meio estratégico para se alcançar um comércio internacional mais justo. Com a emergência da globalização e a crescente valorização do trabalho imaterial, criou-se uma oportunidade única para os países em desenvolvimento acessarem as economias desenvolvidas através não da exportação de *commodities* ou de mão de obra desqualificada, mas de bens e serviços com alto valor agregado. (De Marchi, 2014, p. 199)

O trecho anterior levanta uma questão importante, uma vez que coloca a economia criativa como uma oportunidade viável também para países em desenvolvimento. Dessa forma, a importância das culturas locais é colocada em pauta – contrapondo a experiência desenvolvimentista do período industrial –, convertendo-se numa forma de gerar crescimento econômico através de políticas públicas capazes de promover conexões com a rede econômica global e, portanto, com países desenvolvidos. Assim, a valorização da diversidade cultural, em termos mundiais, entra no âmbito das estratégias de desenvolvimento econômico e socialmente incluídas.

O *Creative Nation*, projeto do governo australiano implementado no início dos anos 1990, pode ser considerado o marco inicial no que se refere ao fomento às políticas culturais com base nas indústrias criativas. Mas foi com a experiência conduzida pelo Partido Trabalhista britânico, no fim da década, que uma mudança paradigmática se estabeleceu, no que diz respeito às implicações desse tipo de política para o novo setor. Nesse caso, alguns princípios básicos de políticas sociais foram adotados pelo governo e submetidos à lógica de mercado (ibid., 2014).

Desse modo, a produção cultural, antes destinada às iniciativas privadas (comércio/indústria), passou a ser considerada fundamental para a participação da população na esfera pública, assim como os processos de distribuição e consumo de bens culturais. Daí a mudança de paradigma das tradicionais “indústrias culturais” (*cultural industries*) para as “indústrias criativas” (*creative industries*). As atividades relacionadas aos setores criativos, dessa maneira, começaram a ser consideradas essenciais para disseminar a cultura e incrementar a economia britânica de modo incluído.

Com isso, o papel da cultura na sociedade é ampliado, na perspectiva do Estado, na medida em que a “criatividade”, aliada a geração e exploração de propriedade intelectual, passou a ser um instrumento singular para a criação de produtos capazes de gerar emprego e incrementar a economia. Analisando pelo viés da crise econômica vigente na Grã-Bretanha, à época, que sofria as consequências da desindustrialização, as indústrias criativas ofereciam a oportunidade de reconstruir a economia nacional por meio da cultura (ibid.), ou seja, através da produção de bens simbólicos cuja inserção se daria no mercado global, tendo o Estado como facilitador, e não mais como promotor.

A inserção da economia criativa no Brasil

No Brasil, a partir de 1985, quando se deu início à redemocratização do País, a concepção de cultura adotada pelo Estado começou a mudar. A perspectiva funcionalista foi deixada de lado para a adoção do conceito antropológico do termo – cultura como *modo de vida*. Assim,

de *locus* da criação de solidariedade ou coesão social (no sentido durkheimiano), a cultura passou a ser considerada elemento-chave para a reconstrução da democracia nacional. Nesse sentido, o novo tipo de desenvolvimento ambicionado só poderia ser alcançado através da valorização de práticas criativas da população (ibid.), estas interligadas às culturas locais. Com isso, seria possível promover inclusão social e crescimento econômico, em concomitância e sem a dependência de outros países. Vale ressaltar que é desse período a criação do Ministério da Cultura (MinC), configurando o pontapé inicial das políticas culturais voltadas para o campo das atividades criativas.

Porém, foi somente com a chegada da esquerda no poder, em 2003, representada pelo presidente Lula (PT), que a cultura como finalidade de desenvolvimento nacional foi adotada.² Houve a retomada do MinC no intuito de torná-lo responsável pela formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas culturais, reavendo o Estado o seu papel no setor.³ A noção antropológica de cultura também foi recuperada, ao contemplar suas dimensões conformadoras – cultura como expressão simbólica, potencialidade de desenvolvimento econômico e como direito à cidadania –, distintos grupos sociais e minoritários foram apreciados (ibid.), criando condições adequadas para a proposição de uma política nacional com base na produção cultural nacional, tida como um ativo econômico e simbólico gerador de desenvolvimento local.

Assim, a partir de 2005, começou a ser elaborado o Plano Nacional de Cultura (PNC) através de diversos debates governamentais com a participação da sociedade civil. O objetivo era traçar metas e diretrizes que contemplassem a preservação da nossa diversidade

cultural através da definição de ações públicas de cultura. Logo, no final de 2010, o PNC foi aprovado, sob a forma de lei,⁴ situando a cultura não só no âmbito do governo federal, mas, também, na agenda de estados, cidades e da sociedade civil, além de permitir a colaboração de agentes públicos e privados para o cumprimento das proposições.

Pouco tempo depois, em 2011, foi lançado o Plano da Secretaria da Economia Criativa através do MinC (Brasília, 2011). O projeto contemplava as particularidades do território nacional, favorecendo a promoção de atividades culturais e criativas em congruência com os potenciais econômicos brasileiros. Aliado às intenções do PT, ainda no poder, o referido Plano pretendia realizar um projeto próprio de economia criativa equacionando desenvolvimento e inclusão social através da diversidade cultural do País. Tida como recurso social, ativo econômico e político, esperava-se que tal diversidade promovesse a inserção do Brasil na economia mundial, apesar de essa visão economicista não ter sido explicitada no discurso institucional (Bolaño, Lopes e Santos, 2016).

Conforme o Plano, quatro seriam as forças interativas capazes de promover uma nova alternativa de crescimento econômico com base numa dinâmica local para a construção do projeto Brasil Criativo: “[...] a organização flexível da produção; a difusão das inovações e do conhecimento; a mudança e adaptação das instituições e o desenvolvimento urbano do território” (Brasília, 2011, p. 14).

Nesse sentido, o Plano indicava metodologias e programas para o fomento de proposições de territórios criativos em lugares considerados, de certa forma, favoráveis para corroborar a economia e a criação de emprego, priorizando “[...] a diversidade cultural do

País como estratégia para a produção de riqueza inclusiva e equitativa, o que não é completamente assegurado nos discursos dos organismos internacionais” (Pacheco, Benini e Mariani, 2018, p. 145).

Ainda buscando adequar o modelo importado à realidade brasileira, o termo “indústrias criativas” foi substituído por “setores criativos”, contemplando os empreendimentos nos quais as atividades produtivas advêm de um processo criativo (portanto, de competência individual), gerador de bens ou serviços cujos valores estão atrelados à dimensão simbólica (imaterial).

Sendo assim, ao propor uma política para o fomento da economia criativa no Brasil e aliado a diversos outros ministérios, o MinC tornou-se o principal articulador e agente de planejamento e desenvolvimento nacional, “[...] com a missão de transformar a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza: riqueza cultural, riqueza econômica, riqueza social” (Brasília, 2011, p. 30). Ademais, a cultura tornou-se o pilar central no contexto político e econômico, sendo necessária a participação ativa do Estado na regulação da economia criativa, já que estamos falando de um contexto cujo desenvolvimento macroeconômico almejado deveria ocorrer em conjunto com medidas de inclusão social.

Após esse debate, sobre como o modelo internacional foi adaptado e incorporado pelo governo brasileiro, e visando possíveis investigações acerca dos desdobramentos dos setores criativos no Brasil, vale lembrar que a recorrência desse padrão de desenvolvimento tende a provocar, de modo geral, a expropriação urbana, refletindo os interesses do capitalismo globalizado, que incorpora modelos empresariais na gestão urbana em prol do

crescimento econômico. Assim, áreas urbanas são transformadas em espaços modernos e rentáveis. Tais processos podem ser exemplificados pelos grandes projetos de revitalização, pelas privatizações dos espaços públicos, pelas operações urbanas consorciadas ou pela promoção dos chamados “megaeventos”, causando grandes modificações na estrutura socioespacial das metrópoles contemporâneas. Desse modo, produz-se uma paisagem urbana sem relação com o lugar, desconsiderando as características culturais e locais.

Além disso, com o dismantelo do Estado Social (retração de políticas sociais e trabalhistas), agravado após a saída da presidente Dilma Rousseff (PT), em 2016, além dos escassos investimentos em pesquisa, em novas tecnologias e na diversificação da economia, faz-se necessário entendermos, novamente, como a cultura vem sendo tratada.⁵ É importante lembrar que a flexibilização da mão de obra na contemporaneidade se origina, justamente, no campo da cultura, com a reestruturação do modelo capitalista. Logo, a promoção do autoemprego/informalidade ou a forma-empresa/empreendedorismo individual como meio emancipatório do sujeito tornou-se o principal discurso para valorizar a precarização das relações de trabalho e, ainda, a subordinação da produção intelectual ao capital (Bolaño, Lopes e Santos, 2016).

Dessa forma, a generalização da economia criativa, em nível mundial, parece legitimar a perspectiva economicista, como evidenciado pela maioria dos discursos institucionais voltados para os ideais de geração de emprego e renda, contrapondo o desenvolvimento sociocultural pretendido pelo Brasil, ao menos a princípio, quando a ideia de uma economia criativa foi adotada como política social inclusiva.

Os setores criativos em Belo Horizonte

A economia criativa ganhou relevância mundial, pois vem sendo considerada capaz de alavancar uma série de ações conjuntas utilizadas como estratégias de desenvolvimento urbano em diversas cidades visando à geração de emprego e renda. Nota-se que o investimento em políticas culturais, muitas vezes, ocorre junto a processos de renovação urbana ou através do estímulo à produção cultural de bens e atividades, com o incentivo à pequena produção (profissional autônomo, microempresas, organizações comunitárias) como um modo de inclusão socioprodutiva de determinados grupos (Machado, 2016). Já existem estudos que comprovam que tais setores vêm contribuindo cada vez mais com o produto interno bruto, conforme dados coletados em diversos países (Yúdice, 2008). Em Minas Gerais, pesquisas apontam que atividades relacionadas à economia criativa corroboram o aumento da oferta de emprego, além de diversificar a economia do estado (P7 Criativo, 2018).

Dessa forma, ao identificarmos a promoção dos setores criativos em Minas Gerais, seja através de ações implementadas ou do fomento a debates⁶ para diagnosticar demandas e potencialidades dos segmentos que compõem a economia criativa no estado, tomaremos a cidade de Belo Horizonte – onde tal segmento vem recebendo investimentos do governo estadual, de forma mais expressiva, desde 2015, especialmente na área central – para levantarmos algumas propostas executadas na capital.

São exemplares o Programa Codemge de Incentivo à Indústria Criativa, com editais direcionados para ações culturais, e a inauguração do Centro de Cultura Presidente Itamar Franco (Figura 1), que abriga a Sala de Concertos Minas Gerais, espaço de alta tecnologia que promove grandes orquestras de música erudita, nacionais e internacionais, além de programas socioeducativos para a formação de novo público. Dentro desse espaço, encontram-se, também, as sedes das emissoras públicas Rede Minas de Televisão e Rádio Inconfidência (Codemge, 2018).

Em 2017, inaugurou-se a primeira agência de desenvolvimento da indústria criativa do estado: o P7 Criativo (Figura 2). O empreendimento é resultado da união entre o governo estadual e diversas instituições.⁷ A mudança de sua sede, no final de 2019, para um edifício icônico no Centro da cidade, permitirá à agência oferecer, além de toda a estrutura física, uma gama de atividades para suporte do setor criativo, como capacitação, programas de apoio e mecanismos de financiamento, assessoria em captação de recursos, estudos e pesquisas de mercado, conforme o discurso institucional.⁸ Dessa forma, o empreendimento tem se apresentado como um facilitador para empresas e profissionais, adotando uma postura de agente responsável pelo estímulo de um novo setor, visando integrar o segmento criativo do estado para o fomento de uma cadeia produtiva de criação e distribuição de bens e serviços embasados em capital cultural e intelectual para a geração de soluções inovadoras e empregos. Com isso, e contando com aportes do setor privado, pretende-se promover o desenvolvimento econômico de Minas Gerais em busca da promoção

Figura 1 – Centro de Cultura Presidente Itamar Franco



Fonte: Secult (s/d).

Figura 2 – No centro da imagem, o prédio que abriga a sede do P7 Criativo



Fonte: foto de Ramon Bittencourt.

de um polo nacional e internacional dos setores criativos, ampliando o alcance da cidade no mercado nacional e internacional.

Em 2018, a prefeitura municipal lançou o programa Horizonte Criativo, com o apoio do Banco de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (BDMG), para criar oportunidades para profissionais e empresas da economia criativa. A primeira região a receber investimentos é o bairro Lagoinha, situado próximo ao centro de Belo Horizonte. Tal localidade já vem desenvolvendo ações decorrentes de iniciativas da sociedade civil em prol de benefícios sociais, desde 2007, com o Projeto Viva Lagoinha (Viva..., 2020) que, nos últimos anos, ganhou um novo fôlego. Diante do descaso do poder público e dos estigmas negativos que se consolidaram no bairro desde as últimas décadas, tal projeto tratou de reunir lideranças locais para mapear as principais

demandas e, assim, promover mudanças através da cultura, conectando pessoas ligadas à economia criativa, ao patrimônio cultural, à educação, etc., para revalorizar a região.

A partir de então, além da inserção de algumas empresas e *startups* no bairro, o local tem sido movimentado por manifestações artísticas e culturais realizadas no espaço público (Figura 3), como o Circuito de Arte Urbana (Cura Lagoinha 2019), exposições fotográficas (Projeto Moradores), cortejos de carnaval, festas organizadas em parceria com a prefeitura municipal, entre outras. Além disso, os diálogos com alguns órgãos públicos têm gerado diversas melhorias na infraestrutura urbana, no fomento ao comércio e na capacitação de empreendedores locais. Problemas de segurança e de saúde pública de pessoas em situação de rua também vêm sendo alvo de programas sociais para tratar questões como o consumo de crack na região.

Figura 3 – As pinturas coloridas em alguns edifícios fazem parte do Cura, no bairro Lagoinha



Fonte: foto de Raquel Freitas.

Ao que tudo indica, e com a atuação do poder público nessa área como há muito não se via, é provável que aportes privados já estejam sendo direcionados para a região, cuja localização central parece ser um dos motivos dos esforços públicos voltados para o bairro Lagoinha visando à atração de mais investimentos. Inclusive, já existe a previsão de tombamento de algumas edificações históricas como forma de valorizar o patrimônio cultural local. Esse cenário parece se enquadrar nos moldes de desenvolvimento urbano discutidos neste trabalho. Ademais, no sentido de contribuir com futuras análises críticas, revela-se a necessidade de investigar, também, se as empresas de serviços dos setores criativos já instaladas vêm gerando algum tipo de mudança, em termos socioeconômicos e/ou espaciais, como espera-se que ocorra diante da presença de tais plataformas culturais em localidades estratégicas das cidades.

Considerações finais

Refletir sobre os efeitos da economia criativa no espaço contemporâneo tornou-se relevante, pois diversas políticas públicas de fomento ao novo setor vêm sendo atreladas a processos de renovação urbana, desde as

últimas décadas, como mais uma estratégia de desenvolvimento econômico local. Porém, nota-se que as parcerias público-privadas ou acordos estratégicos entre essas esferas, em muitos casos, são utilizados como *marketing* para (re)valorizar o patrimônio cultural e resgatar a interação social através da inserção de novos usos no espaço público (Corte-Real, 2015), na tentativa de alcançar vantagens competitivas diante dos desafios impostos pela globalização, em termos mercadológicos (Arantes, 2000).

Portanto, a construção de uma base de investigação sobre a inserção da economia criativa no Brasil e, conseqüentemente, sobre como ela vem sendo implementada em algumas metrópoles, como no caso de Belo Horizonte, faz-se necessária para o entendimento dos possíveis efeitos acarretados no espaço urbano da atualidade. Os setores criativos também podem ser eficientes para o alcance de soluções inovadoras, em termos econômicos e socioespaciais, contribuindo com a melhoria de condições urbanas para promover novas sociabilidades e, desse modo, reformular os sentidos de cidadania através de um novo modo de apropriação da cidade, com a inclusão das comunidades locais e criando sentidos de pertencimento para todos os cidadãos. Mas é preciso averiguar se tais desdobramentos se fazem presentes em nosso território.

[1] <https://orcid.org/0000-0002-5722-3753>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Faculdade de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Belo Horizonte, MG/Brasil.
renatasalles2020@gmail.com

Notas

- (1) O Cura foi o primeiro festival a propor pinturas em empenas de muros e prédios. Sua primeira edição, em 2017, ocorreu no Centro da cidade. Para fomentar o evento, que vem ocorrendo todos os anos em Belo Horizonte, são promovidas diversas ações paralelas, como debates, feiras e festas, incentivando a ocupação da rua. Ver <https://cura.art/>.
- (2) Em 1990, quando o governo neoliberal de Fernando Collor se tornou vigente, a ausência do Estado no campo da cultura promoveu um retrocesso, não havendo continuidade na política nacional de cultura do governo anterior, de José Sarney. Os atores privados ficaram a cargo do fomento ao setor, em detrimento do bem-estar coletivo, o que agravou as desigualdades da oferta de equipamentos e atividades culturais no País com a priorização do eixo Rio-São Paulo.
- (3) Em 2003, o MinC foi reestruturado e ampliado, passando a contar com seis secretarias.
- (4) A lei n. 12.343/2010, aprovada pelo Congresso em dezembro de 2010, define que o PNC teria de 10 (dez) anos, ou seja, até dezembro de 2020.
- (5) Em 2019, durante a atual gestão neoliberal e de extrema-direita do presidente Jair Bolsonaro, o MinC foi oficialmente extinto, juntamente com os Ministérios do Esporte e do Desenvolvimento Social. Os três foram incorporados ao Ministério da Cidadania, e criou-se, então, a Secretaria Especial da Cultura (antigo MinC), vinculada ao ministério do Turismo, da qual a Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural (SECDC) faz parte.
- (6) Em 2016, a Fundação João Pinheiro (FJP) – instituição de pesquisa e ensino ligada à Secretaria de Estado e Planejamento e Gestão de Minas Gerais – promoveu o Seminário Plano Estadual da Economia Criativa em Minas Gerais, em conjunto com alguns agentes do estado e outras entidades, visando encontrar alternativas de desenvolvimento econômico a partir das demandas identificadas pelos próprios setores criativos. Em 2018, a FJP promoveu o Colóquio Devolutivo do Seminário Plano Estadual da Economia Criativa em Minas Gerais na tentativa de avançar no planejamento estadual ao fomento aos setores referidos.
- (7) Além do estado, estão envolvidos a Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (Codemge), o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais (Sebrae Minas), a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Sedectes) e a Fundação João Pinheiro.
- (8) O edifício da nova sede da Agência foi projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer nos anos 1950. É propriedade do poder público e já abrigou o antigo Banco Mineiro de Produção e o antigo Banco do Estado de Minas Gerais (Bemge). Foi tombado pelo Iepha em 2016 e, logo, reconhecido como patrimônio cultural. Foi restaurado pela Codemge e reinaugurado em 2019 para abrigar empreendedores, *startups*, artistas, coletivos, investidores, agentes públicos e empresas de diversos segmentos da economia criativa.

Referências

- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. (1985). “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas”. In: ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro, Zahar.
- ARANTES, O. (2000). “Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas”. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (orgs.). *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis, Vozes.
- BOLAÑO, C.; LOPES, R.; SANTOS, V. (2016). “Uma economia política da cultura e da criatividade”. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. F. (orgs.). *Por um Brasil criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Belo Horizonte, Código Editora.
- BRASÍLIA (2011). Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Disponível em: http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2edicao.pdf. Acesso em: 16 out 2019.
- _____ (2012). Ministério da Cultura. Metas do Plano Nacional de Cultura. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/metas-do-pnc/>. Acesso em: 10 out 2019.
- CALDEIRA, T. (1997). Enclaves Fortificados: a nova segregação urbana. *Novos Estudos*. São Paulo, n. 47, pp. 155-176.
- CAUZZI, C.; VALIATI, L. (2016). “Indústrias criativas e desenvolvimento: análise das dimensões estruturadoras”. In: MOLLER, G.; VALIATI, L. (orgs.). *Economia criativa, cultura e políticas públicas*. Porto Alegre, Editora da UFRGS/Cegov.
- CODEMGE – Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (2018). Indústria criativa. Disponível em: <http://www.codemge.com.br/atuacao/industria-criativa/>. Acesso em: 5 out 2019.
- COMPANS, R. (2004). “Intervenções de recuperação de zonas urbanas centrais: experiências nacionais e internacionais”. In: SÃO PAULO. Empresa Municipal de Urbanização. *Caminhos para o Centro: estratégias de desenvolvimento para a região central de São Paulo*. São Paulo, Emurb, pp. 24-60.
- CORTE-REAL, M. (2015). Revitalizar como e para quem no contexto das intervenções territoriais na cidade interior – o estudo de caso da Mouraria. *Cahiers-CoST*. Val de Loire, n. 4, pp. 83-99. Disponível em: <http://citeres.univ-tours.fr/spip.php?article2295>. Acesso em: 5 set 2018.
- DE MARCHI, L. (2014). Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v. 37, n. 1. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1809-58442014000100010>. Acesso em: 1º set 2020.
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class: why cities without gays and rock bands are losing the economic development race. *The Washington Monthly*. Washigton, pp. 15-25.
- FRÚGOLI JR., H. (2000). *Centralidade em São Paulo. Trajetórias, conflitos e negociações na metrópole*. São Paulo, Edusp.
- FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO (2018). Economia criativa em Minas Gerais: um estudo exploratório. Organização de S. CARVALHO. Belo Horizonte, Fundação João Pinheiro.

- IPEA (2013). *Panorama da Economia Criativa no Brasil*. Texto para Discussão. Rio de Janeiro, Ipea. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1880.pdf. Acesso em: 14 out 2019.
- LEES, L.; SLATER, T.; WYLY, E. (2008). “Contemporary gentrification”. In: LEES, L.; SLATER, T.; WYLY, E. *Gentrification*. Nova York, Routledge.
- LEITÃO, C.; MACHADO, A. F. (orgs.) (2016). *Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Belo Horizonte, Código.
- LOSADA, A. F. (2018). De la retórica a la política: ¿Pueden las ciudades ganar trascendencia en las agendas globales? *Opinión CIDOB*. Barcelona, n. 556. Disponível em: <https://proyectoallas.net/2018/11/13/de-la-retorica-a-la-politica-pueden-las-ciudades-ganar-trascendencia-en-las-agendas-globales/>. Acesso em: 12 abr 2020.
- MACHADO, A. F.; DINIZ, S.; NASCIMENTO, J.; MAIA, R. (2016). “Desenvolvimento urbano, Economia Criativa e produção solidária em uma metrópole brasileira”. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. F. (org.). *Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Belo Horizonte, Código.
- MARX, V. (2006). Las ciudades en la globalización. *Arquiteturarevista*. São Leopoldo, v. 2, n. 1. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1936/193616282004.pdf>. Acesso em: 25 abr 2020.
- MILAN, M. (2016). “Indicadores para avaliação de atividades econômicas culturais e criativas: uma síntese”. In: MOLLER, G.; VALIATI, L. (orgs.). *Economia criativa, cultura e políticas públicas*. Porto Alegre, Editora da UFRGS/Cegov.
- MOREIRA, C. M. (2009). “Revitalização urbana e patrimônio cultural: programa Centro Vivo”. In: AZEVEDO, S.; NABUCO, A. L. (orgs.). *Democracia participativa: a experiência de Belo Horizonte*. Belo Horizonte, Leitura; PBH, v. 1, pp. 119-142.
- PACHECO, A.; BENINI, E. G. (2015). Desenvolvimento da indústria criativa brasileira a partir dos pontos de cultura. *Políticas Culturais em Revista*. Salvador, v. 1, n. 8, pp. 121-135. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/13427/9753>. Acesso em: 1º out 2019.
- PACHECO, A.; BENINI, E. G.; MARIANI, M. A. (2018). O discurso global da economia criativa – Frameworks – para o desenvolvimento econômico. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. Taubaté, v. 14, n. 5, pp. 134-146.
- P7 CRIATIVO (2018). *Sobre o P7*. Disponível em: <http://p7criativo.com.br/>. Acesso em: 10 out 2019.
- ROBERTS, B. R.; WILSON, R. H. (2009). “Residential segregation and governance in the Americas: an overview”. In: ROBERTS, B. R.; BRYAN R.; WILSON, R. H., ROBERT, H. (orgs.) *Urban segregation and governance in the Americas*. Nova York, Palgrave Macmillan.
- SASSEN, S. (2005). The global city: Introducing a concept. *The Brown Journal of world affairs*. Providence, v. XI, n. 2, pp. 27-43.
- SECULT – Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (s/d). Instituições. Disponível em: <https://www.secult.mg.gov.br/instituicoes/centro-de-cultura-itamar-franco>. Acesso em: 15 jun 2019.
- SMITH, N. (2007). Gentrificação, a fronteira e a reestruturação do espaço urbano. *GEOUSP – Espaço e tempo*. São Paulo, v. 11, n. 1, pp. 15-31.

- UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento; Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2012). Relatório de economia criativa 2010: economia criativa, uma opção de desenvolvimento viável. Brasília, Ministério da Cultura; São Paulo, Itaú Cultural. Disponível em: https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em: 14 out 2019.
- UNESCO (2009). The 2009 Framework for Cultural Statistics (FCS). UNESCO Institute for Statistics. Disponível em: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf. Acesso em: 12 out 2019.
- VELOSO, C.; ANDRADE, L. (2019). Sapucaí Street: Entertainment Hub and Commercial Gentrification in Belo Horizonte. *International Journal of the Sociology of Leisure*. Suíça, 2, pp. 43-61.
- VIVA Lagoinha aposta na economia criativa para repensar o bairro histórico de BH (2020). *Medium*. Disponível em: <https://medium.com/orbiconecta/viva-lagoinha-aposta-na-economia-criativa-para-repensar-bairro-hist%C3%B3rico-de-bh-5b5bc702f2d1>. Acesso em: 25 ago 2020.
- YÚDICE, G. (2008). Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social? *Alteridades*. Cidade do México, v. 18, n. 36, pp. 47-61.
- ZUKIN, S. (2000). “Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder”. In: ARANTES, A. (org.). *O espaço da diferença*. Campinas, Papirus.

Texto recebido em 8/jun/2021
Texto aprovado em 10/nov/2021