U.PORTO

FLUP FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

CICLO DE ESTUDOS
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E GESTÃO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS

O contributo da Rede de Cidades Criativas para o desenvolvimento sustentável:
o caso de Brasília, Cidade do Design

Gustavo de Moura Bastos

M

2022



Gustavo de Moura Bastos

O contributo da Rede de Cidades Criativas para o desenvolvimento sustentável: o caso de Brasília, Cidade do Design

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, orientada pela Professora Doutora Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto e coorientada pela Doutora Gislene Feiten Haubrich

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2022

Gustavo de Moura Bastos

O contributo da Rede De Cidades Criativas para o desenvolvimento sustentável: o caso de Brasília, Cidade do Design

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, orientada pela Professora Doutora Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto e coorientada pela Doutora Gislene Feiten Haubrich

Membros do Júri

Professor Doutor _____

Faculdade _____ - Universidade _____

Professor Doutor _____

Faculdade _____ - Universidade _____

Professor Doutor _____

Faculdade _____ - Universidade _____

Classificação obtida: _____ Valores

Dedico aos meus pais, Antônio Carlos e Tarcila, minhas grandes inspirações na busca por evolução intelectual e moral.

Sumário

Declaração de honra 4
Agradecimentos 5
Resumo 6
Abstract 8
Índice de Figuras 9
Índice de Tabelas 10
Lista de abreviaturas e siglas 12
Introdução 13
1.Para um Desenvolvimento Sustentável 16
1.1. O conceito de Desenvolvimento Sustentável 20
1.2. A Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU 24
1.3. O Desenvolvimento Sustentável e a Economia Criativa 29
2.Da Economia à Rede: compreender a Cidade Criativa 33
2.1. A Economia Criativa 38
2.1.1. A Economia Criativa 38
2.1.2. A Economia Criativa no Brasil 43
2.2. A Classe Criativa e o Empreendedorismo 47
2.2.1. A classe criativa: conceito e relações de trabalho 47
2.2.2. O Empreendedorismo na Economia Criativa 49
2.3. As Políticas Públicas e a Agenda Criativa 52
2.4. Um caminho para a Cidade Criativa 57
2.5. A Rede de Cidades Criativas da UNESCO 62
2.5.1. A RRCU 62
2.5.2. As Cidades Criativas do Design e a RCCU 66
3.Metodologia 72
4.Brasília, Cidade Criativa do Design 79
4.1. Pesquisa bibliográfica e documental 79
4.1.1. A Economia Criativa de Brasília 79
4.1.2. O Design e a participação de Brasília na RCCU 82
4.1.3. A candidatura de Brasília à RCCU 84

4.2. Percepções e reflexões a partir da análise de dados 89
4.2.1. Da Brasília Política à Brasília Criativa 89
4.2.2. A Brasília Criativa 91
4.2.3. A participação de Brasília na Rede de Cidades Criativas da UNESCO 94
4.2.4. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 11: uma cidade mais inclusiva, segura, resilientes e sustentável? 97
4.2.5. Os efeitos da Pandemia de Covid-19 99
4.3. Principais conclusões das entrevistas 101
Considerações Finais 103
Referências Bibliográficas 108
Anexos 117
Anexo I: Caracterização dos entrevistados e excertos das entrevistas 118
Anexo II: Transcrição das entrevistas .....
Apêndices 179
Apendice I: Formulário de Candidatura de Brasília – RCCU 2017 180
Apendice II: Relatório de Monitoramento 2017-2020 - RCCU - Brasília, Brazil .....

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação de mestrado é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e autoplágio constitui um ilícito académico.

Porto, 12 de julho de 2022

Gustavo de Moura Bastos

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais, pelo carinho e apoio de sempre.

Agradeço ao professor Doutor Clodomir Ferreira, por me incentivar a continuar na vida acadêmica após minha graduação e por ter me recomendado para este mestrado.

Agradeço ao meu grande amigo, professor Doutor Jairo Faria, pelas conversas e pelo suporte quando minha pesquisa me levava à exaustão.

Agradeço à Doutora Fernanda Messias, com quem cada conversa é uma valorosa aula, por ter me mostrado que há tanto a se falar quando se trata da Criatividade de Brasília.

Agradeço a todos os que se dispuseram a participar das entrevistas para a realização deste trabalho. Não apenas pela colaboração com minha pesquisa, mas por tudo que fazem pela Cultura e pela Criatividade de uma cidade tão incrível quanto Brasília.

Agradeço às minhas orientadoras, professoras Doutora Maria Manuela e Doutora Gislene, por todos os ensinamentos ao me guiarem por esta jornada.

Resumo

Contemporaneamente, entende-se que a Criatividade é essencial para inovação e resiliência de indivíduos e organizações em ambientes incertos. Indo além, a Cultura e a Criatividade têm o potencial de promover o desenvolvimento sustentável das cidades na sociedade pós-industrial. Termos como Indústrias Criativas e Economia Criativa passam a ter papel central nas agendas de políticas públicas de desenvolvimento socioeconómico. Assim, surge a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, visando promover a cooperação entre cidades que reconhecem a criatividade como fator estratégico de desenvolvimento sustentável. Brasília, a capital do Brasil, passou a integrar a Rede em 2017, sendo reconhecida como Cidade Criativa do Design. Com esta investigação procura-se identificar e analisar a contribuição da Rede de Cidades Criativas da UNESCO na elaboração de políticas públicas que fortaleçam a Economia Criativa e estimulem o empreendedorismo criativo em Brasília. No estudo de caso de tipo exploratório realizado, desenvolveram-se pesquisas bibliográficas e documentais para contextualização e compreensão dos principais conceitos, e para sistematizar a informação relativa ao caso de Brasília enquanto cidade criativa da UNESCO. Com a aplicação de inquérito por entrevista, buscou-se identificar perceções a partir de uma amostra de indivíduos relevantes para a Economia Criativa da cidade. A partir da análise dos dados, foram percebidas algumas mudanças de perceções e uma ampliação nas discussões sobre a Economia Criativa da cidade. Também se percebeu uma maior aproximação dos profissionais de Design da cidade, que acabou por fortalecer o setor. Porém, é complexo associar estes fatores à participação na Rede, uma vez que muitas expectativas quanto ao suporte da UNESCO para uma atuação em Rede pelas cidades ficaram frustradas. Percebe-se que os resultados advêm, principalmente, da competência da classe criativa da cidade, que promove um ambiente criativo e destaca o potencial da Economia Criativa de Brasília.

Palavras-chave: Brasília; Cidade Criativa; Economia Criativa; Indústrias Criativas; Políticas Públicas; Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU).

Abstract

Contemporaneously, it is recognized that creativity is essential for individual and organizational innovation and resilience in uncertain environments. Further, Culture and Creativity have the potential to promote the sustainable development of cities in a post-industrial society. Creative Industries and Creative Economy became key concepts in public policy agendas for socioeconomic development. In this context, the UNESCO Creative Cities Network emerged, aiming to promote cooperation between cities that recognize creativity as a strategic factor for sustainable development. Brasília, the capital of Brazil, joined the Network in 2017, being recognized as a Creative City of Design. The goal of this investigation is to identify and analyze the contributions of the UNESCO Creative Cities Network (UCCN) in the formulation of public policies that boost the Creative Economy and encourage creative entrepreneurship in Brasilia. Bibliographic and documentary research was conducted in the exploratory case study to contextualize and explain the fundamental concepts, as well as to systematize the information related to the case of Brasilia as a UNESCO creative city. We used an interview survey to identify perceptions from a sample of persons relevant to the city's Creative Economy. Data analysis revealed some changes in perceptions and an increase of debates regarding the city's Creative Economy. There was also a greater integration between the city's Design professionals, which benefited the sector. However, it is hard to attribute these elements to UCCN involvement, since many expectations about UNESCO's assistance for city engagement in the Network were disappointed. It is observed that the achievements are primarily the result of the city's creative class's competency, which fosters a creative atmosphere and emphasizes the potential of Brasilia's Creative Economy.

Key-words: Brasilia; Brazilian Creative City; UNESCO Creative Cities Network; Creative Economy; Public Policies

Índice de Figuras

FIGURA 1- OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA AGENDA 2030 28
FIGURA 2- O MODELO DOS CÍRCULOS CONCÊNTRICOS DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS 37
FIGURA 3- MARCOS HISTÓRICOS IMPORTANTES PARA A EC NO BRASIL (ELABORAÇÃO PRÓPRIA) 44
FIGURA 4- CIDADES CRIATIVAS DO DESIGN DA UNESCO 68
FIGURA 5- CONVERGÊNCIA E NÃO-CONVERGÊNCIA DE VÁRIAS FONTES DE EVIDÊNCIAS. 75
FIGURA 6- PARTICIPAÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA E DOS SEGMENTOS CULTURAIS NO TOTAL DE EMPREGOS FORMAIS - BRASIL E UNIDADES FEDERATIVAS - 2016 80
FIGURA 7- LINHA DO TEMPO - BRASÍLIA E O DESIGN 82

Índice de Tabelas

Tabela 1- Ciclos na Política de Ambiente 17
Tabela 2- Resumo das principais conferências sobre Desenvolvimento Sustentável da ONU..... 19
Tabela 3- Resumo: a abordagem de Brundtland para o desenvolvimento sustentável..... 22
Tabela 4- ODS da Agenda 2030 diretamente relacionados com EC 30
Tabela 5- Definições de Indústrias Criativas..... 35
Tabela 6- Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos 36
Tabela 7- Conceitos da economia criativa na visão de diferentes autores 41
Tabela 8- Definições de Políticas Públicas 53
Tabela 9- Critérios temáticos para participação em cada campo criativo da RCCU..... 64
Tabela 10- Resumo da Economia Criativa Formal do Distrito Federal - Abordagem ocupacional e setorial - 2016 80
Tabela 11- Principais iniciativas que a cidade se compromete a realizar, em quatro anos 85
Tabela 12- Principais iniciativas adotadas em nível local para alcançar os objetivos da RCCU 87

Lista de abreviaturas e siglas

CMD ..... Centro Metropolitano de Design

CODEPLAN ..... Companhia de Planejamento do Distrito Federal

DCMS..... Department for Digital, Culture, Media & Sport

DF ..... Distrito Federal

EC..... Economia Criativa

FAC ..... Fundo de Apoio à Cultura

Fecomércio-DF ..... Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal

Firjan ..... Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

GEM..... Global Entrepreneurship Monitor

GLC ..... Greater London Council

HKU..... Utrecht School of the Arts

IBGE ..... Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IC..... Indústrias Criativas

MinC ..... Ministério da Cultura

OBEC..... Observatório Brasileiro da Economia Criativa

OCDE..... Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

ODM ..... Objetivos do Milênio

ODS..... Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU ..... Organização das Nações Unidas

PIB ..... Produto Interno Bruto

PSEC..... Plano da Secretaria de Economia Criativa

RCCU..... Rede de Cidades Criativas da UNESCO

Sebrae ..... Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEC..... Secretaria de Economia Criativa

UNCTAD..... Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

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

WIPO ..... World Intellectual Property Organization

Introdução

Há um entendimento contemporâneo de que a criatividade não está presente apenas em soluções inovadoras disruptivas, mas em qualquer atividade que apresente um problema que precisa ser resolvido. Nesse sentido, a criatividade torna-se um ponto chave para que organizações e indivíduos possam inovar e ser resilientes diante das mudanças cada vez mais frequentes do ambiente em que se inserem.

Ultrapassando os níveis individuais e organizacionais, a criatividade tem o potencial de promover o desenvolvimento sustentável de cidades e regiões na sociedade pós-industrial. Essa proposta tem ganhado relevância desde a década de 1990, associando a ideia de criatividade com o de evolução em termos culturais, históricos e sociais. Com isso, novos termos, como "Indústrias Criativas", "Economia Criativa", "Classe Criativa", "Cidades Criativas" e "Territórios Criativos", assumem papel central nas agendas de políticas de desenvolvimento urbano, económico e sociocultural.

A Organização das Nações Unidas (ONU) aborda a cultura e a criatividade em vários dos objetivos de desenvolvimento sustentável da sua Agenda 2030, o que reforça a conexão entre as temáticas criativa e sustentável. Além disso, a organização acompanha a Economia Criativa (EC) mundial a partir de relatórios da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e criou a Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU) para promover a cooperação entre cidades que reconhecem a criatividade como fator estratégico de desenvolvimento sustentável.

Brasília, capital do Brasil, foi reconhecida como uma dessas cidades e passou a integrar a RCCU desde 2017, como Cidade Criativa do Design; sendo que a criatividade da cidade já havia lhe rendido o título de Património Cultural da Humanidade, em 1987. A cidade se destaca pela sua originalidade no Design desde a sua origem[1], sendo que sua arquitetura e seu projeto urbanístico ainda hoje inspiram a classe criativa, que se apropria de elementos simbólicos da cidade para novas criações, e utiliza as áreas

[1] A cidade foi inaugurada em 1960, como estratégia de mudança da capital para o interior do país. Está localizada na área central do país, dentro da unidade federativa do Distrito Federal (DF), que é dividido em Regiões Administrativas e gerido localmente por um único governo – o Governo do Distrito Federal.

públicas para manifestações artísticas, culturais e de lazer. Como capital do país, Brasília congrega grande diversidade cultural, com influências advindas dos outros Estados brasileiros, que se refletem em diversos setores criativos, como design, audiovisual, gastronomia, música e circo.

Considerando esse cenário apresentado, esta investigação busca compreender quais foram os contributos percebidos, com a entrada de Brasília na RCCU, para a EC e para o desenvolvimento sustentável da região. Com isso, o problema que esta dissertação busca resolver reside na seguinte questão: "Como a integração na Rede de Cidades Criativas da UNESCO contribui para a elaboração de políticas públicas que fortalecem a Economia Criativa e estimula o empreendedorismo criativo em Brasília?"

Para resolver o problema de pesquisa, foi traçado o seguinte Objetivo Geral da pesquisa: "Identificar e analisar as contribuições da Rede de Cidades Criativas da UNESCO na elaboração de políticas públicas que fortalecem a Economia Criativa e estimula o empreendedorismo criativo em Brasília, entre 2017 e 2021". Espera-se atingir esse objetivo a partir de três objetivos específicos: compreender a relação entre a Economia Criativa, Empreendedorismo Criativo e a proposta de desenvolvimento sustentável da Agenda 2030; compreender os conceitos relacionados com Cidade Criativa e com a Rede de Cidades Criativas da UNESCO; e analisar as políticas públicas do Distrito Federal voltadas à EC e ao fomento do empreendedorismo criativo e suas implicações no desenvolvimento sustentável de Brasília.

Tendo como base o problema de pesquisa e os objetivos apresentados, este estudo se divide em cinco capítulos, além desta Introdução e das Considerações Finais. Nos dois primeiros capítulos são apresentados os resultados da pesquisa bibliográfica e documental que buscam atingir os dois primeiros objetivos específica supracitados. O Capítulo 1 segue o primeiro objetivo específico, apresentando os conceitos relevantes de Desenvolvimento Sustentável e discutindo como este tema se relaciona com a EC. O Capítulo 2 tem como referência o segundo objetivo específico e, a partir da exposição dos principais conceitos relacionados com as Indústrias Criativas (IC), busca compreender as questões da Cidade Criativa e da RCCU.

A Metodologia Científica deste trabalho é detalhada no Capítulo 3. Finalmente, os capítulos 4 e 5 abordam o terceiro objetivo específico. No Capítulo 4 é apresentado o resultado da pesquisa bibliográfica e documental feita para compreender a EC de Brasília e como se deu a candidatura e a participação da cidade na RCCU. A segunda parte deste capítulo traz as principais informações obtidas a partir de entrevistas com personagens relevantes para a EC de Brasília, que foram realizadas para alcançar pontos de vista que não são possíveis a partir da pesquisa bibliográfica e documental. Após isso, nas Considerações Finais, é abordada a importância deste trabalho para a Academia e para a realidade da cidade investigada, além de ressaltados os resultados mais relevantes que foram percebidos neste estudo e, ainda, sugeridas novas abordagens de pesquisa a partir do conteúdo desta dissertação.

1. Para um Desenvolvimento Sustentável

Historicamente é possível remeter as origens da discussão sobre sustentabilidade aos Séculos XVIII e XIX, quando Malthus, Jevons e outros pensadores problematizaram a questão de escassez de recursos face ao crescimento populacional (Baker, 2006). Também em meados do Século XVIII, quando a madeira era como combustível e na construção civil e naval, havia a discussão acerca da exploração das verdadeiras capacidades das florestas. A preocupação era que as nações europeias estavam colhendo mais árvores do que estavam sendo plantadas até a maturidade (Blewitt, 2018).

No início do século XX, o uso da terra se torna uma questão económica, moral e ecológica. Já na segunda metade do século, a discussão girava em torno dos impactos ambientais provocados pelo desenvolvimento pós-industrial, marcado por um desenvolvimento económico e um estilo de vida que colocavam em risco o equilíbrio ecológico e a própria estabilidade económica (Baker, 2006; Blewitt, 2018). O período pós II Guerra Mundial foi marcado por uma massificação da produção e do consumo, que trouxe muita prosperidade económica aos países do hemisfério Norte, mas acompanhada de impactos ambientais, sociais e culturais sem precedentes, além de um aumento no nível de desigualdade com relação aos países do Sul (Maddison, 2003).

Nesse contexto, percebeu-se a necessidade de integrar questões ambientais na política económica, o que marca o princípio das ideias de desenvolvimento sustentável (Dresner, 2002). Em 1962, Rachel Carson publicou *Silent Spring*, em que apresentou os impactos devastadores do uso de pesticidas químicas em regiões do interior dos EUA. A publicação marcou o início do movimento conhecido como Política da Terra, que iniciou o ambientalismo moderno(Blewitt, 2018) . Para Soromenho-Marques (2005), as quatro décadas que se seguiram após a publicação de Carson podem ser encaradas em períodos de oscilação cíclica de avanços e retrocessos na diplomacia ambiental.

Tabela 1- Ciclos na Política de Ambiente

Períodos	Ano de início	Acontecimento relevante	Ano de mudança	Acontecimento relevante
1º Período de crescimento	1962	Rachel Carson: *Silent Spring*	1973	Guerra Yom Kippur
1º Período de declínio	1973 1974	1ª Crise petrolífera	1983	*Die Grüner* no *Bundestag*
2º Período de crescimento	1984 1985	Acidente Bhopal > Convenção Viena	1997	Protocolo de Quioto
2º Período de declínio	1998	Bloqueio ambiental nos EUA	Por determinar	Por determinar

Fonte: Soromenho-Marques, 2005, pp. 9 e 10

O primeiro período, de 1962 a 1973, apresentou as primeiras infraestruturas das políticas nacionais de ambiente, surgindo as primeiras leias ambientais e os primeiros ministérios e órgãos governamentais ambientais. Consagrou-se, nessa década, a ideia de dimensão internacional das questões ambientais(Soromenho-Marques, 2005). Os EUA realizam, em 1970, o primeiro grande evento ambiental; e a Organização das Nações Unidas (ONU) realiza, em 1972, em Estocolmo, a Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente Humano, uma das mais importantes já realizadas (Blewitt, 2018). O período de crescimento das causas ambientais foi interrompido pela Guerra de Yom Kippur, em outubro de 1973, que provocou crises petrolíferas e uma mudança de foco.

O período entre 1973 e 1983 foi marcado pelas preocupações com desemprego, recessão económica e crise energética, o que ocasionou um recuo da Agenda Ambiental. Entretanto, a necessidade de melhor eficiência e conservação energética trouxeram benefícios à discussão ambiental nesta fase. A assinatura da Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar, em 1982, também foi uma conquista nesse período, assim como a vitória do partido alemão *Die Grüner*, com viés sustentáveis, em constituir um grupo parlamentar no país (Soromenho-Marques, 2005). Em 1980, num contexto de reflexão sobre qualidade de vida, a União Internacional para Conservação da Natureza (UICN) lançou a sua Estratégia Mundial de Conservação, em que apresentou um conceito "aparentemente novo" de Desenvolvimento Sustentável, que é considerado como o precursor do famoso conceito da Declaração de Brundtland, ainda que focado apenas em sustentabilidade ecológica (Baker, 2006; Blewitt, 2018).

No terceiro período, de 1983 a 1997, houve uma crescente internalização do discurso ambiental no âmbito de governo e de empresas, com avanços nas legislações ambientais internacionais e locais e a criação de ministérios de meio ambiente em todos os países(Soromenho-Marques, 2005). Em 1987, a ONU publica o relatório "O Nosso Futuro Comum", também conhecido como Relatório de Brundtland, que trouxe uma definição abstrata e normativa de Desenvolvimento Sustentável, que até hoje é a mais popular (Gladwin et al., 1995).

Na sequência do relatório, é realizada outra importante conferência pela ONU: a Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento, em 1992 no Rio de Janeiro, que contou com intensa participação de governos, e o consequente desenvolvimento de planos nacionais para suas políticas ambientais. Outros eventos grandes ocorrem neste período, como a Convenção de Viena, em 1985, que resultou no Protocolo de Montreal, e a Convenção de Basileia, em 1989 (Soromenho-Marques, 2005). Este ciclo se encerra com a assinatura do Protocolo de Quioto, que visava a redução da emissão de gases de efeito estufa pelos países signatários.

O último período sugerido por Soromenho-Marques (2005), inicia-se em 1997 e é marcado pela recusa dos EUA em aceitar o Protocolo de Quioto. Além da recusa dos estado-unidenses, considerados os maiores emissores de gases poluentes, Rússia e Canadá só ratificaram o tratado em 2002, de forma que este só entrou em vigor em 2005 (Blewitt, 2018). A própria ONU reconhece que apesar dos discursos políticos, não houve grandes avanços em questões práticas (Miller & Twining-Ward, 2005). Neste período também foram assinados, em 2000, os Objetivos do Milênio (ODM), com ênfase no combate à pobreza no desenvolvimento humano. Foi também realizada, em 2002, a terceira grande conferência da ONU, a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, em Joanesburgo. Esta, entretanto, não trouxe grandes novidades ou propostas promissoras, ficando abaixo das expectativas, ainda que tenha sido importante para a evolução da Agenda de Desenvolvimento Sustentável (Dresner, 2002; Lago, 2013; Soromenho-Marques, 2005).

Os anos seguintes são marcados por certa sensibilização da comunidade internacional em torno da consciência e da urgência em agir. Diversos relatórios mostram os

resultados da ação humana no ambiente e os custos da inação diante dos problemas apontados (por exemplo: IPCC, 2007; Stern et al., 2006). A ONU realizou outra importante conferência, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em 2012, que fortaleceu o conceito de Desenvolvimento Sustentável e proporcionou a criação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que em 2015 viriam a substituir os ODM com a publicação da Agenda 2030 (Lago, 2013). As conferências da ONU foram a base para moldar os princípios da Agenda 2030.

Tabela 2- Resumo das principais conferências sobre Desenvolvimento Sustentável da ONU

Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (Estocolmo, 1972)	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio de Janeiro, 1992)	Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (Joanesburgo, 2002)	Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20) (Rio de Janeiro, 2012)
CONTEXTO			
Descontentamento da sociedade com questões de poluição, mudança climática e exploração de recursos naturais	Interesse despertado pelo Relatório de Bruntdland e contexto geopolítico favorável, com fim da Guerra Fria	Revisão decenal do progresso alcançado após a Rio-92	Instabilidade económica, social e política devido à Crise de 2008 e crises energéticas e ambiental
PROPOSTA			
Examinar ações em nível nacional e internacional para limitar ou eliminar obstáculos ao meio ambiente humano; dirigir atenção de governo sociedade à urgência da questão.	Elaborar estratégias e medidas para inverter os efeitos da degradação do ambiente, visando um desenvolvimento sustentável e ecologicamente racional.	Estabelecimento de um plano de implementação dos princípios aprovados na Rio-92.	Promover a economia verde para o desenvolvimento sustentável e erradicação da pobreza e desenvolver uma estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável.
PRINCIPAIS RESULTADOS			
Temática ambiental entra na Agenda multilateral e são definidas prioridades de futuras negociações; Questão ambiental passa a ter envolvimento da comunidade internacional; Criação do PNUMA[2]; Estímulo à criação de órgãos ambientais; Fortalecimento de ONGs; Ampliação da participação da Sociedade Civil; Declaração de Estocolmo.	Colocou em evidência o conceito de Desenvolvimento Sustentável; Agregou questões de desenvolvimento ao debate ambiental; Programa de cooperação multilateral Agenda 21; Convenção-Quadro sobre Mudança do Clima (que gerou Protocolo de Kyoto); Carta da Terra; Convenção sobre biodiversidade biológica.	Fortaleceu o conceito de Desenvolvimento Sustentável, como princípio de equilíbrio entre as dimensões ambiental, económica e social; Reconhecimento de necessidade de cooperação intergovernamental e de acompanhamento da Sociedade Civil; Reafirmação de metas; Maior maturidade das ONGs.	Fortaleceu o conceito de DS, evitando que o tema ambiental fosse isolado de questões políticas, económicas e sociais; Sociedade Civil foi integrada ao processo multilateral; Documento "O Futuro que Queremos", um acordo para a criação de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (que acabaram inseridos na Agenda 2030).
CRÍTICAS			
Ambientalistas mais radicais reclamaram de desvio de foco da questão	O sistema multilateral que se desenvolveu na Rio-92 não apresentou resultados práticos. Percebeu-se muita	Não houve grandes realizações, sendo que em geral limitaram-se a	Excesso de reafirmações e reconhecimentos e poucos acordos e metas (apesar de ter gerado os ODS da

[2] Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, que trabalha com governos, com os Acordos Ambientais Multilaterais e com outras instituições ligadas à ONU, fornecendo suporte para a tomada de ações e consequente implementação de acordos firmados (PNUMA, 2008)

ambiental para o debate sobre desenvolvimento; A conferência trouxe à tona as diferenças entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, mas não as resolveu.	disposição dos governos para negociar e pouca vontade política para assumir os desafios.	retomar caminhos já antes traçados.	Agenda 2030). E lançaram mais processos de mudança do que concluíram.

Fonte: Soromenho-Marques, 2005; Lago, 2013; Blewitt, 2018

A Tabela 2 apresenta um resumo de alguns pontos relacionados com as quatro principais conferências da ONU sobre Desenvolvimento Sustentável. Blewitt (2018) defende que mesmo diante de todas as críticas apontadas sobre as conferências, é necessário reconhecer que elas demonstraram a importância e a urgência da questão ambiental. Além disso, suas discussões permitiram encontrar, diante das diferenças entre os países, alguns pontos em comum e quais seriam suas respectivas responsabilidades e capacidades. Por se tratar de desafios e problemas muito complexos e variados, Baker (2006) sugere que talvez seja pertinente tratar o assunto como 'promover' ao invés de 'alcançar' o Desenvolvimento Sustentável, de forma que cada nação possa compreender melhor o seu caminho e sua capacidade de agir.

Apesar das crises económicas e financeiras do início do Século XXI, que limitaram as discussões sobre Desenvolvimento Sustentável, estas ocorreram e diversos termos ganharam destaques, como decrescimento, economia verde, ecoeficiência e responsabilidade corporativa. Para Blewitt (2018), atualmente já há um consenso de que as ações humanas tiveram um grave impacto negativo no ecossistema do planeta, ficando as discussões voltadas principalmente para formas de mitigação, adaptação e resiliência. A economia e o empreendedorismo, que outrora eram vistos como problema, hoje já podem ser encarados como parte da solução.

1.1. O conceito de Desenvolvimento Sustentável

Ainda que a ideia de Desenvolvimento Sustentável, de uma busca por um futuro melhor e mais saudável para todos, não seja nova, para Blewitt (2018), a forma como ela deve ser refletida e implementada, é. Quando, em 1980, a UICN refletia sobre o conceito de Qualidade de Vida para o desenvolvimento de políticas públicas que unissem as

diversidades cultural e ecológica, acabou por apresentar em sua Estratégia Mundial de Conservação um conceito de desenvolvimento que seria o precursor para o famoso conceito da Declaração de Brundtland, sete anos depois.

A publicação define, em sua introdução, Desenvolvimento como sendo “a modificação da biosfera e a aplicação de recursos humanos, financeiros, vivos e não vivos para satisfazer as necessidades humanas e melhorar a qualidade de vida humana”. Defende, ainda, que este deve ser sustentável e considerar “fatores sociais e ecológicos, bem como económicos; da base de recursos vivos e não vivos; e de longo prazo, bem como as vantagens e desvantagens de curto prazo das ações alternativas” (IUCN, 1980, p. s/p). A organização ainda aponta que o fato de os termos ‘desenvolvimento’ e ‘conservação’ não serem comumente vistos juntos, ou apresentados como incompatíveis, fez com que o desenvolvimento fosse levado por ideias conservadoras e provocou danos ecológicos que poderiam ser evitados com a ideia de conservação. Os recursos vivos podem ser renováveis se conservados, mas acabarem se não.

Também em 1980, a Comissão Brandt defende que o desenvolvimento não deve se basear em crescimento económico e aumento do Produto Interno Bruto (PIB). Deve-se priorizar a qualidade de vida, em que o bem-estar tem mais valor do que o acúmulo de bens materiais. O desenvolvimento deve levar uma nação à sua autorrealização a partir do uso de suas forças produtivas e de seu potencial humano, não devendo este conceito ser confundido com o de crescimento. Este posicionamento foi defendido pela Fundação Internacional para Alternativas de Desenvolvimento, que reforçou que o desenvolvimento deveria utilizar a imaginação individual e social para identificar necessidades socialmente legítimas, priorizando o ‘ser’ ao ‘ter’ (Blewitt, 2018).

Em 1987, após um grande estudo que se propunha a ser uma “Agenda Global para mudança”, realizado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, vinculada à ONU, foi publicado o relatório “Nosso Futuro Comum”, também conhecido por “Relatório Brundtland”. Este documento apresentou o conceito mais popular, que é comumente adotado até hoje, de Desenvolvimento Sustentável:

> O desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades. Este contém em si dois conceitos-chave:
>
> · O conceito de 'necessidades', em particular as necessidades essenciais dos pobres do mundo, às quais deve ser dada prioridade absoluta.
>
> · A ideia das limitações impostas pelo estado da tecnologia e da organização social à capacidade do meio ambiente de atender às necessidades presentes e futuras. (WCED, 1987, s/p)

O relatório entendia que enquanto o mundo estiver dominado por pobreza e desigualdade, sempre haverá crises ecológicas e outras. Atingir o desenvolvimento sustentável requer não só aumentar o potencial produtivo, mas garantir oportunidades iguais a todos e não colocar em risco o sistema natural que sustenta a vida no planeta. Deve haver uma harmonia entre a exploração de recursos, o direcionamento de investimentos, o desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais na satisfação das aspirações e necessidades humanas.

Baker (2006) afirma que a definição adquiriu um status de autoridade, sendo dominante na esfera internacional, na discussão sobre ambiente e desenvolvimento. Para ela, isso se deve pela proposta bem acertada em conciliar objetivos aparentemente conflitantes, como desenvolvimento económico e proteção ambiental. Além disso, o relatório apoiava o desenvolvimento social e económico de países em desenvolvimento, sendo mais inclusivo e abrangente. O contexto histórico também foi favorável, uma vez que estava em alta a discussão ambiental devido ao acidente de Chernobyl e ao efeito do buraco na camada de ozono sobre a Antártida. Também o fato de ser uma definição ampla, acredita que dificilmente provocaria discordâncias. A autora sua perspectiva sobre o relatório na tabela seguinte:

Tabela 3- Resumo: a abordagem de Brundtland para o desenvolvimento sustentável

● Relaciona a degradação ambiental com fatores económicos, sociais e políticos.

● Apresenta o Desenvolvimento Sustentável como um modelo de mudança social.
● Adota um foco global.
● Constrói uma abordagem baseada em três pilares: dimensões social, económica e ecológica.
● Exige uma atitude positiva em relação ao desenvolvimento: a proteção ambiental e o desenvolvimento económico podem ser objetivos mutuamente compatíveis e até apoiar um ao outro.
● Argumenta que o estado da organização tecnológica e social limita o desenvolvimento: o progresso nestas áreas pode abrir novas possibilidades de desenvolvimento.
● Reconhece que existem limites biofísicos para o crescimento.
● Considera, de forma explícita, as necessidades dos pobres, especialmente no Terceiro Mundo.
● Reconhece que o ecossistema do planeta não pode sustentar as altas taxas de consumo dos países industrializados.
● Sustenta que os padrões de consumo dos países do Norte são movidos por desejos, não por necessidades. Assim, desafia reduzir seu consumo dentro de limites estabelecidos que considerem questões ecológicas e de equidade e justiça.
● Reconhece a responsabilidade da geração atual para com as gerações futuras.
● Exige novos modelos de governança ambiental, abrangendo todos os níveis, do local ao global.
● Atingiu status de autoridade tanto no discurso internacional sobre meio ambiente e desenvolvimento quanto nas estruturas internacionais de governança e legislação ambiental.

Fonte: Baker, 2006, p.25 (tradução própria)

Soromenho-Marques (2011) acrescenta que também a autoridade moral da ONU foi responsável pelo sucesso da proposta, que inicialmente influenciou nas formulações de políticas públicas e logo ganhou espaço também no meio empresarial. Murphy (2014) acredita que ao unir de forma exitosa as ideias de desenvolvimento e sustentabilidade, o relatório atingiu um consenso que chamou a atenção tanto de keynesianos voltados ao crescimento económico quanto de ambientalistas. Além disso, conseguiu unir governo, empresariado e outros atores sociais na busca por solução de um problema contemporâneo.

Nobre (1999, p. 139) concorda com a importância de unir o ideal económico de desenvolvimento com a questão ambiental da sustentabilidade, entendendo que o conceito apresentou "a concretização de alianças em torno de um consenso mínimo a respeito da problemática ambiental". Para o autor, tanto desenvolvimento sustentável quanto sustentabilidade são conceitos políticos. Admite, ainda, que mesmo diante de todas as críticas ao Relatório de Brundtland, o conceito apresentado foi estratégico para institucionalizar a problemática ambiental a nível internacional.

Nascimento (2012) diz que apesar de ser um campo novo e controverso, a sustentabilidade ganhou espaço desde a Conferência da ONU de 1992, que foi a base para disseminar o conceito do Relatório de Brundtland, e se tornou uma expressão

aceita e divulgada amplamente. O autor entende sustentabilidade como um campo interdisciplinar – já que abrange questões económicas, sociais, ambientais e políticas – em que circulam diferentes profissionais e uma grande diversidade de conhecimento.

Para Blewitt (2018), Desenvolvimento Sustentável requer diálogo de valores. É um processo que exige um olhar holístico do mundo e da vida humana, para reconhecer que há uma diversidade de pessoas com diferentes percepções, valores e ambições, que formam um mundo multifacetado e completo. Essa complexidade traz problemas complexos que exigem situações complexas. O desenvolvimento sustentável acolhe mudanças, diferenças, criatividade e aprendizado. O autor entende sustentabilidade como um objetivo e desenvolvimento sustentável como um processo para atingi-lo.

1.2. A Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU

Como forma de fortalecer o compromisso assumido entre os participantes da Conferência Rio-92, foi preparado o documento Agenda 21, que aponta os principais problemas discutidos, assim como os meios e recursos para enfrentá-los e metas para serem atingidas nas décadas seguintes. O documento apresenta 40 capítulos, divididos em 4 seções: Dimensões Sociais e Económicas; Conservação e gestão de recursos para o desenvolvimento; Fortalecimento do papel dos grupos principais; e Meios de implementação. Prevê ainda que a responsabilidade maior pela execução é dos governos, mas que deve ser estimulada a participação popular (Baker, 2006).

Em seus 40 capítulos, apresenta um plano de ação para o desenvolvimento sustentável, contando com preocupações ambientais, articulação para participações populares, questões relacionadas com controle populacional, trabalho colaborativo, equidade, justiça e regulamentação de princípios de mercado (Blewitt, 2018). Prevê também a necessidade de substancial fluxo de recursos financeiros para os países em desenvolvimento para que estes possam empreender frente aos problemas ambientais e promover o desenvolvimento sustentável.

O documento também apresentou um capítulo com propostas de realização local, chamada Agenda 21 Local. Embora não fosse juridicamente vinculativa, estimulou diversos países a desenvolverem políticas públicas e estruturas a nível local, em cidades e regiões, buscando moldar o desenvolvimento sustentável de baixo para cima, entendendo que o local não pode ser dissociado do global (Baker, 2006; Blewitt, 2018). Para uma boa governança na aplicação da Agenda 21 Local, as ações deveriam seguir alguns princípios: limitação ecológica no uso dos recursos; estabelecimento de parcerias; *accountability* e responsabilização; participação dos principais grupos; transparência; equidade e justiça; e preocupação com o futuro (Baker, 2006).

O documento previa a necessidade de uma futura revisão da Agenda 21 e a publicação de um documento que atualizasse sua proposta. Esta atualização ocorreu no ano de 2000, quando na ocasião da Cúpula do Milênio das Nações Unidas foi publicada a Declaração do Milênio das Nações Unidas, contendo os ODM, que almejavam eliminar a extrema pobreza e a fome no mundo, que atingia principalmente os países menos desenvolvidos. O principal desafio, na época, era aproveitar as oportunidades da Globalização para promover um desenvolvimento global, já que havia um entendimento de que o fenómeno beneficiava as nações desigualmente (Roma, 2019).

O documento foi organizado em 8 objetivos e para cada um deles havia metas globais a serem atingidas até 2015, num total de 21 metas. Para acompanhar o progresso, foram propostos 60 indicadores. Os 8 ODM eram: 1: Erradicar a extrema pobreza e a fome; 2: Universalizar a educação primária; 3: Promover a igualdade de gêneros e a autonomia das mulheres; 4: Reduzir a mortalidade na infância; 5: Melhorar a saúde materna; 6: Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças; 7: Assegurar a sustentabilidade ambiental; 8: Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento. De acordo com Roma (2019), a ONU incentivava a formulação de metas e indicadores mais adequadas a cada realidade local, de forma que também surgiram ODM nacionais mais ambiciosos do que os globais.

Blewitt (2018) aponta que os ODM foram bem-sucedidos nas metas que dependiam de financiamento público – como acesso a água potável e combate a doenças como tuberculose e malária – e na redução do número de pessoas que vivem na extrema

pobreza. Também conseguiu bons resultados na questão de saúde materna e na melhoria dos índices de educação, mas ainda persistem uma considerável discriminação de gênero e os problemas relacionados com meio ambiente e guerra.

Para Souza (2017), a Declaração do Milênio foi elaborada por países desenvolvidos pensando na aplicação por países em desenvolvimento, de forma que os objetivos não dialogavam com a realidade de seus autores. Esta situação foi resolvida com a Agenda 2030, que contou com a participação de países em desenvolvimento na formulação dos ODS, que foram a ampliação e evolução dos ODM.

O processo de desenvolvimento dos ODS envolveu 194 países membros das Nações Unidas, além de organizações globais da sociedade civil. Suas metas entraram em vigor em 1º de janeiro de 2016 e devem orientar a tomada de decisões de todos os países até o ano de 2030. Blewitt (2016) entende que o sucesso dos ODS depende de ampla cooperação entre instituições e organizações do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil. O autor aponta que os ODS já despertaram o interesse das empresas globais, pelo seu caráter não discriminatório com economias menos desenvolvidas e por tratar de questões amplas capazes de impulsionar a sustentabilidade e os negócios.

A partir do documento "O Futuro que queremos" de 2012, resultado dos trabalhos na Conferência Rio+20, foi criado um grupo de trabalho para o desenvolvimento dos ODS, que deveriam substituir os ODM após 2015. O resultado desse trabalho foram 17 ODS e 169 metas que constaram no documento "Transformando nosso mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável", aprovado na Cúpula de Desenvolvimento Sustentável que ocorreu em Nova Iorque, em 2015.

A Agenda 2030 se propõe a ser um "plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade" e a "fortalecer a paz universal com mais liberdade" (ONU, 2015, p. 1). Entende, ainda, que o maior desafio global é a erradicação da pobreza em todas as suas formas, sendo este um requisito indispensável para que ocorra o desenvolvimento sustentável. Reforça que seus objetivos e metas são integrados e indivisíveis, aplicando-se a todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento, e buscam o equilíbrio entre as três dimensões de desenvolvimento sustentável: económica, social e ambiental.

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 (ONU, 2015) são:

1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;
3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;
6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos;
7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos;
8. Promover o crescimento económico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;
9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;
13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos;

14. Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;

15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;

16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;

17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Figura 1- Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030



Fonte: https://brasil.un.org/pt-br/sdgs - acesso em 18/03/2022, 17:26

A proposta é que esses objetivos estimulem ações em 5 áreas consideradas cruciais para a humanidade e para o planeta: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parceria. Defende a construção de um ambiente saudável em que todos os seres humanos tenham condições de dignidade e igualdade para atingir seu potencial; uma gestão sustentável

dos recursos naturais, garantindo um planeta em boas condições para gerações futuras; um progresso económico, social e tecnológico em harmonia com a natureza; a construção de sociedades pacíficas e inclusivas, isentas de medo e violência; e um espírito de solidariedade global e reforçado, em que ninguém fica pra trás (ONU, 2015).

A Agenda 2030 reconhece "a importância das dimensões regionais e sub-regionais, a integração económica regional e a interconexão no desenvolvimento sustentável. Quadros regionais e sub-regionais podem facilitar a tradução eficaz de políticas de desenvolvimento sustentável em ações concretas em nível nacional" (ONU, 2015, p. 8), reforçando a proposta que já vem desde a Agenda 21, de que o local e o global são indissociáveis. Destaca, ainda, a necessidade do trabalho conjunto das autoridades com as comunidades locais para repensar as cidades, de modo a fomentar a coesão comunitária e estimular a inovação e o emprego.

O documento destaca que, apesar da importância do governo, para a implementação da Agenda também são importantes os papeis desempenhados pela iniciativa privada – desde microempresas e cooperativas a multinacionais –, organizações da sociedade civil e organizações filantrópicas. Sobre isso, Roma (2019) acredita que as metas só podem ser atingidas se houver um esforço coordenado entre setor público, privado, ONGs e a sociedade como um todo. Ressalta, também, que um grande desafio inicial é internalizar e interiorizar as metas em nível nacional, de forma a potencializar os esforços e alcançar os benefícios almejados até 2030.

1.3. O Desenvolvimento Sustentável e a Economia Criativa

Messias et al. (2020) defendem que a EC surge como uma consequência da discussão sobre sustentabilidade. A ideia sustentável se encontra presente desde as primeiras definições de EC, que propõe a valorização da cultura e da criatividade e o estímulo ao consumo de bens intangíveis de valor simbólico. Seus modelos de negócio são antagónicos aos da era industrial, trazendo inovações com perspectivas de justiça, equidade e inclusão, além de se inserirem bem no contexto urbano, onde há grande concentração populacional e um desafio para a sustentabilidade.

Os autores demonstram como as definições de EC se inter-relacionam com oito dimensões da sustentabilidade: (1) Económica, por defender a desmaterialização da economia, a produção de intangíveis e o consumo de simbólicos, com base em criatividade, cultura e tecnologia; (2) Social, ao trazer novas classes profissionais e novas relações de trabalho e propostas colaborativas; (3) Ambiental, ao propor um novo meio ambiente urbano com nova forma de consumo, valorização de educação e da cultura; (4) Tecnológica, uma vez que a tecnologia possui um papel central no setor criativo, revolucionando o acesso à cultura e o próprio mercado; (5) Territorial, ao reconfigurar e ressignificar o papel das cidades e sua relação com a população; (6) Político-institucional, ao propor a adoção de políticas multissetoriais e um papel central da governança participativa; (7) Cultural, ao impactar tanto as relações de consumo quanto as manifestações culturais locais ; e (8) Ética, que se relaciona com todas as demais e pode ser bem observada nas novas relações sociais, económicas e produtivas propostas.

A ONU acrescenta que a EC contribui com o desenvolvimento inclusivo, com a cultura e com a diversidade cultural, atuando diretamente com os ODS 4, 8, 11 e 12 da Agenda 2030 (UNCTAD, 2015). Destaca-se para além disso, a colaboração com outros desafios, como o ODS 5, uma vez que Berg et al. (2021) reforça que a indústria da criativa da moda tem forte impacto no empoderamento feminino e na redução da desigualdade de gênero no mercado. Pela relevância para o estudo que aqui se propõe, a tabela abaixo destaca esses ODS e algumas de suas metas na Agenda 2030:

Tabela 4- ODS da Agenda 2030 diretamente relacionados com EC

ODS 4: Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos
4.4: Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo
4.7: Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável
ODS 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas
ODS 8: Promover o crescimento económico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos

	8.1: Sustentar o crescimento económico per capita de acordo com as circunstâncias nacionais e, em particular, um crescimento anual de pelo menos 7% do produto interno bruto [PIB] nos países menos desenvolvidos
	8.2: Atingir níveis mais elevados de produtividade das economias por meio da diversificação, modernização tecnológica e inovação, inclusive por meio de um foco em setores de alto valor agregado e dos setores intensivos em mão de obra
	8.3: Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros
	8.4: Melhorar progressivamente, até 2030, a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento económico da degradação ambiental, de acordo com o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com os países desenvolvidos assumindo a liderança
	8.5: Até 2030, alcançar o emprego pleno e produtivo e trabalho decente todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor
	8.6: Até 2020, reduzir substancialmente a proporção de jovens sem emprego, educação ou formação
	8.9: Até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos e promove a cultura e os produtos locais
ODS 11: Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis	
	11.3: Até 2030, aumentar a urbanização inclusiva e sustentável, e as capacidades para o planejamento e gestão de assentamentos humanos participativos, integrados e sustentáveis, em todos os países
	11.4: Fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o património cultural e natural do mundo
	11.a: Apoiar relações económicas, sociais e ambientais positivas entre áreas urbanas, periurbanas e rurais, reforçando o planejamento nacional e regional de desenvolvimento
ODS 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis	
	12.b: Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais

Fonte: ONU,2015

O relatório da Agenda 2030 reforça o papel da cultura e da diversidade cultural para o desenvolvimento sustentável também em seus parágrafos 8 e 36:

> 8. Prevemos um mundo de respeito universal dos direitos humanos e da dignidade humana, do Estado de Direito, da justiça, da igualdade e da não discriminação; do respeito pela raça, etnia e diversidade cultural; e da igualdade de oportunidades que permita a plena realização do potencial humano e contribua para a prosperidade compartilhada. Um mundo que investe em suas crianças e em que cada criança cresce livre da violência e da exploração. Um mundo em que cada mulher e menina desfruta da plena igualdade de gênero e no qual todos os entraves jurídicos, sociais e económicos para seu empoderamento foram removidos. Um mundo justo, equitativo, tolerante, aberto e socialmente inclusivo em que sejam atendidas as necessidades das pessoas mais vulneráveis (ONU, 2015, p. 4).

> 36. Comprometemo-nos a promover a compreensão intercultural, a tolerância, o respeito mútuo e uma ética de cidadania global e responsabilidade compartilhada. Reconhecemos a diversidade natural e cultural do mundo e reconhecemos que todas as culturas e civilizações podem contribuir para, e constituem elementos cruciais de desenvolvimento sustentável (ONU, 2015, p. 12).

Reis et al. (2017) coaduna com a inter-relação entre os dois temas, ao defender que o principal objetivo da EC é alcançar o desenvolvimento sustentável a partir do incentivo ao uso e acesso de produtos criativos. Reforçando a ideia, Messias (2017) afirma que um dos principais contributos da UNESCO para o alcance dos ODS da Agenda 2030 foi a criação da RCCU.

2. Da Economia à Rede: compreender a Cidade Criativa

Para contextualizar o surgimento das IC, é pertinente partir da abordagem da Indústria Cultural de Adorno e Horkeimer. Os autores defendiam que a Cultura e a Arte haviam sido absorvidas pelo Capitalismo e passaram a ser tratadas como os produtos de qualquer indústria, sendo produzidos e reproduzidos em massa para consumo, estimulando desejos em detrimento de reflexões (Adorno, 1991). O'Connor (2007) explica que a questão de 'mercadorias culturais' tem uma história mais antiga, não tendo surgido com essa reprodutibilidade tecnológica moderna. A própria ideia de produção de mercadorias é anterior ao capitalismo. O principal a ser observado, no caso, é a tensão entre cultura e economia.

Contemporaneamente às ideias de Adorno, houve um grupo de escritores que diziam que o apelo cultural para suas mercadorias era vital para seu sucesso económico e defendiam que as pessoas simplesmente queriam comprar coisas que a atraíssem. Surge, neste contexto, o Greater London Council (GLC) e os primeiros esboços de políticas culturais democráticas contemporâneas. A proposta era usar o mercado como um meio de distribuição de bens e serviços culturais, visando atender a demanda do público ao invés das ambições dos produtores (O'Connor, 2007).

A mudança na terminologia de "Indústria Cultural" para "Indústrias Culturais", influenciada pela sociologia francesa, é considerada por Hesmondhalgh (2002) como de grande importância, por ter sido acompanhada de uma atualização conceitual que permitiu uma compreensão mais empírica da estrutura complexa da produção cultural. Nesse contexto, tornaram-se mais claras as conexões e contradições entre a produção e circulação da cultura e as necessidades ideológicas mais amplas do Estado. O'Connor (2007) sublinha que isso abriu o sistema de Adorno para a possibilidade de novas políticas culturais, como aquelas do GLC.

No final dos anos 1980, a cultura já começava a mostrar seu potencial económico e a deixar de ser vista como um gasto marginal e decorativo. O setor artístico procurava demonstrar seu valor económico em termos de geração de emprego, turismo e valorização da imagem. Ao mesmo tempo, as autoridades estavam interessadas em

buscar os benefícios dos investimentos públicos feitos nas artes (O'Connor, 2007). Nesse contexto, John Myerscough desenvolveu, em 1988, um modelo que colocava em destaque o impacto económico local das artes, considerando não apenas os empregos gerados, mas também os gastos em café, restaurantes e outros fatores relacionados com eventos artísticos.

Na década de 1990, num contexto de mudanças económicas e sociais, alguns países industrializados buscavam mudar o foco de suas atividades industriais para o setor de serviços, em atividades intensivas em conhecimento (Bendassolli et al., 2009). Surge, então, o termo Indústrias Criativas, utilizado pela primeira vez pelo Governo da Austrália em 1994, em seu relatório *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, no qual defendeu que as políticas culturais também seriam económicas e apresentou impactos monetários e sociais provocados pela cultura (Government of Australia, 1994).

Apesar de ter surgido na Austrália, o termo se popularizou internacionalmente quando o assunto foi abordado pelo governo do Reino Unido (Blythe, 2001), que criou em 1997 o *Department for Digital, Culture, Media & Sport* (DCMS) para mapear, definir e desenvolver um conjunto de indústrias relacionadas com arte, mídia, cultura e tecnologia digital (Flew, 2013). O governo britânico destacou suas IC, sugerindo que a cultura teria papel fundamental na transformação socioeconómica das cidades no período pós-industrial (Oakley & O'Connor, 2015).

O DCMS define IC como sendo aquelas "que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individual e que têm potencial para a criação de riqueza e emprego por meio da geração e exploração da propriedade intelectual" (DCMS, 1998). No conceito inclui 13 setores da indústria: publicidade, arquitetura, arte e antiguidades, jogos de computador/software de lazer, artesanato, design, moda, cinema e vídeo, música, artes cênicas, publicação, software, televisão e rádio. Para O'Connor (2007), o elo entre esses setores foi o Direito de Propriedade Intelectual – uma percepção que defende ter sido crucial para posicionar as IC na vanguarda da competitividade económica.

Embora o documento da DCMS tenha passado por diversas críticas e revisões posteriores, foi importante por mostrar o tamanho do setor criativo e por torná-lo uma

questão política prioritária. Terry Flew (2013) sublinha, ainda, a particularidade da origem do conceito de IC: foi discutido inicialmente num contexto político e posteriormente na Academia e impulsionou vários estudos internacionais para investigar a dimensão e importância das IC em diferentes locais, como Europa, Oceania e América Latina. Com isso, vários autores buscaram definir Indústrias Criativas, como pode ser observado na tabela elaborada por Bendassolli et al (2009).

Tabela 5- Definições de Indústrias Criativas

DEFINIÇÃO	REFERÊNCIAS
"Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)."	DCMS (2005, p. 5)
"A idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos."	Hartley (2005, p. 5)
"Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo 'indústria criativa' a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual."	Howkins (2005, p. 119)
"[Indústrias criativas] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um *core-group*, um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, *software*, *broadcasting* e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o *craft*, folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de *management*, de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição."	Jaguaribe (2006)
"As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade."	Jeffcutt (2000, p. 123-124)
"As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um *continuum* que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, broadcasting, nova mídia)."	Cornford e Charles (2001, p. 17)

Fonte: Bendassolli et al, 2009

Observa-se algumas convergências nos conceitos: a criatividade é elemento central e necessária para a gerar propriedade intelectual; o valor do objeto cultural é definido principalmente pela percepção do consumidor e menos por suas propriedades

materiais; no contexto pós-industrial, as cadeias produtivas imateriais possuem mais relevância económica e o consumo de símbolos prevalece sobre o de bens materiais; e o pressuposto de convergência entre artes, negócios e tecnologia se mantém, mesmo que seja um entendimento diferente do de Adorno (Bendassolli et al, 2009).

Além da diversidade de conceitos de IC, o termo passou a coexistir e se relacionar com vários outros, como Indústrias Culturais, Direitos de Autor, Direitos de Produtos Culturais, Economia Criativa, Economia Cultural, Economia de Experiência, entre outros. Outra dificuldade apontada é a inexistência de um único modelo de produção que consegue abranger todos os setores dessa indústria (Flew, 2013). Hartley et al. (2013) explica que, por ter sido um termo originariamente político, os anos seguintes foram marcados por muitas tentativas de refinar, esclarecer e melhorar a compreensão dos setores e limites das IC. A tabela seguinte mostra a abrangência de setores de alguns desses modelos de classificação, incluindo o já citado da DCMS.

Tabela 6- Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos

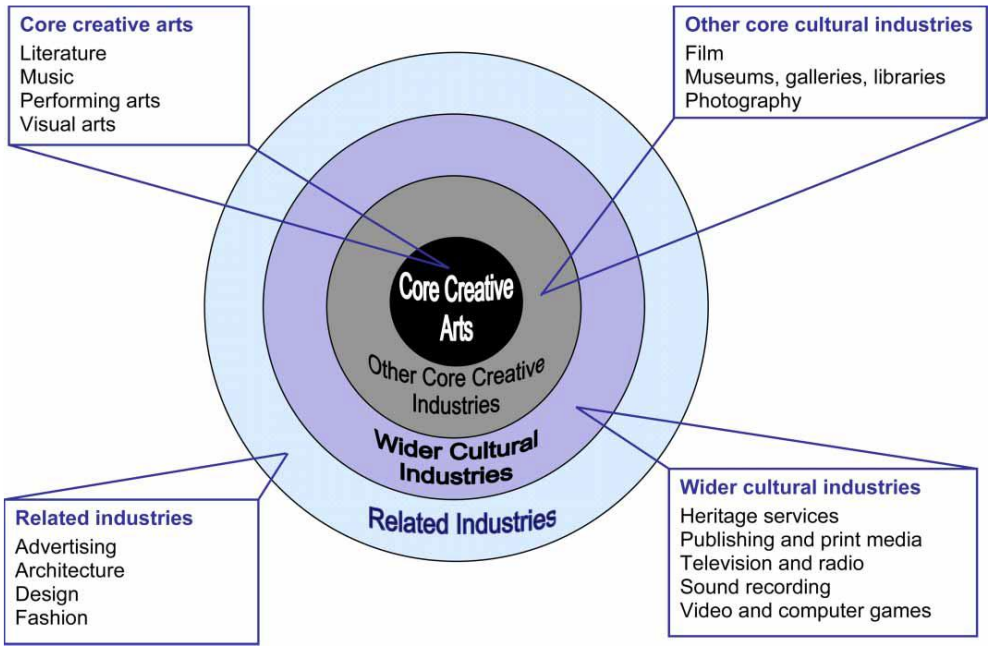
1. UK DCMS model	2. Symbolic texts model	3. Concentric circles model	4. WIPO copyright model
Advertising	**Core cultural industries**	**Core creative arts**	**Core copyright industries**
Architecture	Advertising	Literature	Advertising
Art and antiques market	Film	Music	Collecting societies
Crafts	Internet	Performing arts	Film and video
Design	Music	Visual arts	Music
Fashion	Publishing		Performing arts
Film and video	Television and radio	**Other core cultural industries**	Publishing
Music	Video and computer games	Film	Software
Performing arts		Museums and libraries	Television and radio
Publishing	**Peripheral cultural industries**		Visual and graphic art
Software	Creative arts	**Wider cultural industries**	
Television and radio		Heritage services	**Interdependent copyright industries**
Video and computer games	**Borderline cultural industries**	Publishing	Blank recording material
	Consumer electronics	Sound recording	Consumer electronics
	Fashion	Television and radio	Musical instruments
	Software	Video and computer games	Paper
	Sport		Photocopiers, photographic equipment
		Related industries	
		Advertising	**Partial copyright industries**
		Architecture	Architecture
		Design	Clothing, footwear
		Fashion	Design
			Fashion
			Household goods
			Toys

Fonte: UNCTAD, 2010

Diferente do Modelo da DCMS, os outros apresentam grupos de indústrias *core*, que são centrais para suas definições. No Modelo dos Textos Simbólicos, o foco de

Hesmondhalgh, (2002) é a oposição entre o que chama de “alta arte” e a cultura popular, considerando a primeira como mais importante e merecedora de atenção. Neste modelo, a cultura de uma sociedade é gerada e transmitida a partir da produção, difusão e consumo de textos ou mensagens simbólicas, que são transmitidos a partir de mídias como cinema, rádio e imprensa. A tabela lista os setores que o autor considera como parte de cada um dos três grupos de sua divisão estrutural: Núcleo das Indústrias Culturais, Indústrias Culturais Periféricas, e Indústrias Culturais Fronteiriças.

Figura 2- O modelo dos Círculos Concêntricos das Indústrias Culturais



Fonte: Throsby, 2008, p.150

No Modelo de Círculos Concêntricos de Throsby (2008), o núcleo é composto pelas “Artes Criativas”, que defende ser a origem das ideias criativas. Fora do núcleo há camadas de indústrias que se afastam do centro, conforme seu conteúdo é considerado mais comercial do que cultural. Assim, fora do núcleo se encontram as “Outras Indústrias Criativas”, seguida pelas “Indústrias Culturais Mais Amplas” e, por fim, há as “Indústrias Relacionadas”. Este modelo é apontado como a base de classificação das IC na Europa (UNCTAD, 2010). A Figura 2, retirada do artigo *The concentric circles model of*

the cultural industries (Throsby, 2008), ilustra o modelo e demonstra quais setores o autor considera como parte de cada círculo.

Um último modelo a ser mencionado é o da *World Intelectual Property Organization* (WIPO), com sua proposta centrada na questão de direitos autorais das obras criativas. A organização defende que defender os direitos de propriedade intelectual dessas formas de criatividade garante que os produtos criativos estejam dispostos em quantidade ótima no mercado, ao mesmo tempo em que encoraja a permanência de agentes económicos no setor (WIPO, 2015). O modelo considera central aqueles setores da indústria que, de fato, produzem propriedade intelectual, que são classificados "Núcleo das Indústrias dos Direitos Autorais". As demais classificações são "Indústrias Interdependentes dos Direitos Autorais" e "Indústrias Parciais dos Direitos Autorais". A Tabela 6 apresenta os setores desses grupos. O estudo também cita um último grupo, denominado "Indústrias de Suporte Não-dedicadas" (composto por atacado e varejo em geral; transporte geral; e telefonia e internet).

2.1. A Economia Criativa

Ao enfatizar a qualidade universal da criatividade, essas novas ideias se apresentam como mais inclusivas e abrem caminho para que qualquer cidade ou área rural possa buscar desenvolver suas IC como estratégia de regeneração económica. As IC se relacionavam com uma agenda que tratava de inovação e competitividade, mas também se associava com a cultura popular (Oakley, 2006). Para O'Connor (2007), o novo entendimento das IC trouxe, também, uma nova abordagem de políticas culturais, identificadas com uma "nova economia" que foi impulsionada pelas tecnologias digitais e se relaciona com a Economia do Conhecimento.

2.1.1. A Economia Criativa

Nesse contexto de crescente atenção à Agenda Criativa, é aprovada pela União Europeia (EU) a "Estratégia de Lisboa", com a proposta de "tornar a Europa na economia do conhecimento mais competitiva e dinâmica do mundo" (Quintela & Ferreira, 2018, p. 91). Termos como "Indústrias Criativas", "Economia Criativa", "Classe Criativa", "Cidades Criativas" e "Territórios Criativos" surgem nesse período e passam a assumir papeis centrais nas agendas de políticas de desenvolvimento urbano, económico e sociocultural. Mantem-se, entretanto, a dificuldade para encontrar um consenso para os conceitos (Flew, 2013; Howkins, 2007), além de surgirem diversas críticas e contestações aos novos termos (por exemplo, Peck, 2005). Oliveira et al. (2013), defendem que se trata de um conceito em evolução.

Ao abordar a controvérsia do assunto, Howkins (2007) exemplifica que alguns conceitos, como os dos governos australiano e britânico, restringem os setores criativos às artes e segmentos culturais; enquanto outros países e ele próprio acrescenta assuntos relacionados a ciências e a patentes numa proposta de envolver a imaginação criativa em todas as suas formas. Ao abordar a questão de uma nova economia, o autor defende que esta deve adotar uma visão diferente da relação entre criatividade e economia: nesta os indivíduos usam sua imaginação e criatividade para gerar produtos criativos com valor que pode ser explorado economicamente.

Hartley et al (2013, p.55) afirma que "a incoerência da definição original de 'indústrias criativas' deixou os limites da categoria fluidos e, portanto, o que estava 'dentro' ou 'fora' permaneceu contestável, e sua relação com setores vizinhos indecisa." (Rubim, 2016) lembra, ainda, que a própria cultura é complexa, abrangendo atividades, bens e serviços distintos; compreendendo uma grande diversidade de campos simbólicos e áreas; e acolhendo dimensões que variam desde pequenos arranjos e criadores individuais a grandes empreendimentos.

Mesmo assim, a discussão evoluiu e os analistas passaram a considerar os efeitos colaterais, as contribuições e os processos de inovação na economia que essa nova Agenda Criativa poderia trazer. Surge, assim, o conceito de Economia Criativa, como uma nova tentativa de repensar o sistema económico como um todo (Hartley et al, 2013). Para Reis (2008), a abordagem de EC vai além das IC, ao considerar os impactos

dos produtos criativos em outros setores e as mudanças socioeconómicas, políticas, educacionais e organizacionais provocadas. A autora defende que:

> a economia criativa não é apenas um apanhado de setores embalados em uma nova categoria, mas o emblema de um novo ciclo económico, que surge como resposta a problemas globais renitentes, que motiva e embasa novos modelos de negócios, processos organizacionais e institucionais e relações entre os agentes económicos e sociais (Reis, 2008, pp. 46,47).

Um dos conceitos mais difundidos é o de John Howkins, apresentado em 2001, em que se baseou na relação entre criatividade, economia e simbólico (Oliveira et al., 2013). Howkins (2007, p. 178) define EC como sendo aquela em que ocorrem "transações financeiras em produtos criativos (...). O critério para ser considerado um produto criativo é ser um bem ou serviço resultante da criatividade e que tenha valor econômico". Esses produtos possuem dois valores complementares: um intangível, que abrange a propriedade intelectual, e outro tangível, que seria o suporte físico.

Diante dos diversos conceitos que surgiram desde então, Messias et al. (2020, p. 4) argumentam que "o consenso é sua vinculação original com a cultura, que dá novo fólego às indústrias culturais e amplia a percepção da economia da cultura ao agregar setores dinâmicos de alta tecnologia". Os modelos de negócio da EC trazem inovações e a propõem uma sociedade mais justa, igualitária e inclusiva. A Tabela 7, elaborada por Messias (2017) ilustra esta convergência conceitual – além de apontar a relação entre EC e desenvolvimento sustentável, já mencionada neste trabalho.

Tabela 7- Conceitos da economia criativa na visão de diferentes autores

Economia Criativa	Referências
Economia criativa seria uma abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma	Santos-Duisenberg (In: REIS, 2008)
Economia criativa abrange além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles	Hartley (2005)
"Trata-se de uma nova denominação que vem se afirmando no discurso dos profissionais envolvidos com a área cultural no Brasil – administradores públicos, produtores, gestores, entre outros – em substituição àquilo que se convencionou chamar de indústria cultural."	Machado (2007, p.83)
"As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial".	Declaração do Milênio ONU (2000)
"Diferentemente da economia tradicional 'taylorista', a EC se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades."	Leitão (2011, In: Plano da SEC, p.14)
"A EC é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria"	Plano da SEC (p.24)
"Se convencionou chamar EC aquelas manifestações humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, seja ela do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas, seja na forma de atividades criativas com viés de mercado, como *design* e publicidade."	Caiado (Coord) (2011, p. 11)
"EC é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.	Caiado (Coord) (2011, p. 15)
"A capacidade da EC de gerar novos produtos e serviços "transborda" para atividades inovadoras em outras empresas e organizações dentro e fora do setor, gerando encadeamentos nas cadeias produtivas, potencializando inovações em outros setores."	EC na cidade de SP (p. 140)
Economia Criativa, que além das indústrias criativas considera o impacto dos seus bens e serviços em outros setores e processos da economia, e as conexões que se estabelecem entre eles. E EC como estratégia de desenvolvimento, com duas abordagens complementares: "A primeira tem por base o reconhecimento da criatividade, portanto do capital humano, para o fomento de uma integração de objetivos sociais, culturais e econômicos, diante de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial excludente, portanto insustentável. Nesse antigo paradigma a diversidade cultural e as culturas em geral podem ser vistas como obstáculos ao desenvolvimento, em vez de nutrientes de criatividade e de resolução dos entraves sociais e econômicos. [...] A segunda abordagem aponta como as mudanças econômicas e em especial as novas tecnologias alteram os elos de conexão entre a cultura (das artes ao entretenimento) e a economia, abrindo um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos.	As duas óticas de Reis (2008, p.25-28)

Fonte: Messias, 2017, p. 178

O conceito foi também abraçado pela ONU, que já defendia o papel da cultura num processo de desenvolvimento qualitativamente mais humano[3] – em que as Indústrias Culturais são cruciais tanto para a construção de uma nação quanto para proteção de

[3] Por exemplo, a partir de iniciativas da UNESCO, como os relatórios Nossa Diversidade Criadora, de 1997; Declaração Universal da Diversidade Cultural, de 2001; e Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, de 2005; ou como eventos organizados pela organização, como a Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais (Mondiacult), de 1982 (Rubim, 2016).

sua identidade local diante da globalização (Oakley & O'Connor, 2015). A organização passou a dedicar especial atenção ao assunto, inclusive publicando, desde 2008, relatórios sobre o comércio global de bens e serviços culturais, sugerindo que a EC deveria ser uma agenda global e não apenas ocidental (UNCTAD, 2008). Para Serra e Saad Fernandez (2014), a participação do organismo, a partir da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) não só difundiram os conceitos globalmente como deram força à discussão sobre EC.

Na visão da ONU, a EC é definida como aquela que usa a criatividade, a tecnologia, a cultura e a inovação para promover o desenvolvimento e o crescimento económico inclusivo e sustentável. A organização defende que com o avanço da tecnologia, da educação e da inovação, as IC baseadas no conhecimento surgiram entre os setores dinâmicos da economia global. Os setores da EC – que incluem artes e artesanato, livros, filmes, pinturas, festivais, canções, designs, animação digital e videogames – geram renda, por meio do comércio e direitos de propriedade intelectual, e criam empregos com habilidades ocupacionais mais elevadas (UNCTAD, 2015).

Para a ONU, a EC tem valor comercial e cultural: além de contribuir significativamente para o produto interno bruto de vários países, ela estimula a inovação e a transferência de conhecimento em todos os setores da economia, sendo um setor crítico para promover o desenvolvimento inclusivo (UNCTAD, 2018).

Serra e Saad Fernandez (2014) destacam outras relevâncias contemporâneas da EC, como o potencial para gerar empregos com boas remunerações e o campo que se abre para desenvolvimento do empreendedorismo. Também se mostraram eficientes as políticas públicas de desenvolvimento local, que estimulam a instalação de centros de cultura e de entretenimento, que acabam por auxiliar na recuperação e valorização de áreas degradadas e abandonadas das cidades. Os autores exemplificam, ainda, que no Brasil algumas regiões e cidades foram valorizadas como consequência do incentivo a eventos culturais.

No contexto em que a Criatividade se promove como um caminho para o desenvolvimento socialmente inclusivo e ecológica e economicamente sustentável, numa sociedade inovadora a partir do próprio conhecimento, a EC criativa influencia as diretrizes de políticas públicas de diversos governos e organizações internacionais. No Brasil, essa nova abordagem da relação entre Estado e Cultura se refletiu na criação, em 2011, da Secretaria de Economia Criativa (SEC), vinculada ao Ministério da Cultura (MinC), para fomentar a EC do país (Marchi, 2014).

2.1.2. A Economia Criativa no Brasil

Para contextualizar a questão da EC brasileira, Marchi (2014) divide a relação do governo nacional com a cultura em três períodos[4] após a redemocratização do Brasil, em 1985: de 1985 a 1989, de 1990 a 2002 e de 2003 a 2013. No primeiro momento destaca-se a criação do MinC, no governo Sarney, em 1985, logo após o fim da ditadura militar no país. Neste momento, a cultura passou a ser considerada uma ferramenta que contava com a criatividade dos cidadãos para a reconstrução da política nacional na nova democracia. Celso Furtado, que foi Ministro da Cultura nessa época (1986-1988), defendia que a cultura era a força fundamental para ativar a criatividade – que pode promover um desenvolvimento baseado nas reais necessidades de um povo, com crescimento económico inclusivo e independente de outras nações (Marchi, 2014).

O segundo período é marcado pela redução de importância do MinC, que chegou a ser rebaixado a Secretaria, em 1990, no governo Collor, e retornado à situação de Ministério em 1992. A partir de 1995, a Cultura é apresentada como uma fonte de lucro para empresas e que não merecia interferência do Estado. O resultado foi o agravamento da desigualdade de infraestrutura e de atividades culturais no país, devido à preferência da iniciativa privada por investir em atividades culturais no eixo Rio-São Paulo.

[4] Após a publicação do artigo (2014), outros fatos aconteceram, como a extinção da SEC (2014) e, o rebaixamento do MinC para Secretaria Especial dentro do Ministério do Turismo (2016).

O primeiro governo do Partido dos Trabalhadores, em 2003, inicia o terceiro período, que foi marcado pela abertura de diálogo com agentes produtores culturais, visando compreender suas demandas e conciliar com a proposta de crescimento económico e inclusão social do governo. Nesta fase, o MinC entendia a cultura como uma relação entre expressão simbólica, direito à cidadania e um campo com potencial para proporcionar um desenvolvimento económico sustentável (Marchi, 2014). Para Reis et al (2017), a criação da SEC, em 2011, do primeiro Observatório Brasileiro da Economia Criativa (OBEC), em 2012, e a destinação de financiamentos públicos aos setores criativos foram fundamentais para o processo de institucionalização da Economia Criativa no Brasil. A Figura 3 mostra alguns marcos históricos para a EC no Brasil.

Figura 3- Marcos históricos importantes para a EC no Brasil (elaboração própria)



Fontes: O'Connor, 2007; Reis, 2008; Reis et al, 2017; Quintela & Ferreira, 2018; UNCTAD, 2018; https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme/2021-year-of-the-creative-economy

Em 2011, na ocasião da criação da SEC, também foi lançado o Plano da Secretaria de Economia Criativa (PSEC), com políticas, diretrizes e ações de EC para os anos de 2011 a 2014. Ana de Holanda, então ministra da cultura, destacou que a criatividade havia se tornado uma ferramenta estratégica para promover o desenvolvimento económico em diversos países, mas que o Brasil, mesmo apresentando grande potencial, não figurava

entre os principais produtores e exportadores de produtos criativos. Com a criação da SEC, esperava promover a inclusão produtiva e a "busca da competitividade e da inovação dos empreendimentos criativos brasileiros" (MinC, 2011, s.p.).

O documento mostra que o MinC assume uma postura que resgata a proposta de valorizar a criatividade com base na diversidade cultural brasileira, defendida por Celso Furtado, ao tempo em que segue as orientações contemporâneas de organismos internacionais como a ONU, que sugerem que a diversidade cultural é matéria prima para as IC (Marchi, 2014). Para o Ministério da Cultura (2011, p. 19 e 20),

> [...] a diversidade cultural não deve mais ser compreendida somente como um bem a ser valorizado, mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento. De um lado, deve ser percebido como recurso social, produtor de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos e países; de outro, como um ativo económico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza.

O PSEC foi formulado a partir da ação conjunta do MinC com parceiros do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil e "tem a finalidade de formular, implementar e monitorar políticas públicas para um novo desenvolvimento, fundamentado no estímulo à criatividade dos empreendedores brasileiros, assim como na inovação de seus empreendimentos" (Ministério da Cultura, 2011, p. 45). Para isso propõe a implementação de políticas públicas transversais a diversos setores, com a participação de diversas entidades e ministérios, o que é considerado por Marchi (2014) como complicado, diante da estrutura e competências do MinC.

Reis (2008) concorda que o envolvimento dos diversos agentes é fundamental, mas reforça que a articulação entre os setores público, privado, a sociedade civil, a academia e as organizações multilaterais é um dos maiores desafios para o fomento da EC. A autora também defende que a EC deve ser transversal e ir além das IC, mas ressalta ser um desafio para governo manter todas as políticas alinhadas numa única trajetória.

Reis et al. (2017) constatou que o processo de institucionalização da EC no Brasil avançou consideravelmente após o PSEC. Já no primeiro ano, o governo federal aumentou em 0,33% o aporte de recursos do PIB para os setores criativos. O PIB proveniente da EC cresceu 20% no período. Houve um aumento de 39% na quantidade de eventos (congressos, simpósios etc.) realizados e de 400% de livros publicados, com a temática de EC e IC. O estudo observa o impacto do Estado ao assumir o papel de articulador e indutor da EC, mas reforça que para alcançar a inovação proposta pela SEC deve-se contar com a força e o interesse de todos os atores envolvidos.

A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan)[5] realizou o primeiro Mapeamento das Indústrias Criativas do Brasil em 2004 e, desde 2008, divulga regularmente[6] esse estudo, com o objetivo de acompanhar o desenvolvimento da área criativa no país. Ela divide os setores em 13 segmentos criativos, agrupados em 4 grandes áreas criativas: Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade & Marketing), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Património e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC). O estudo aborda as IC sob duas óticas: Produção, medida pelo valor gerado por estabelecimentos criativos; e Mercado de Trabalho, em que analisa a quantidade e remuneração de profissionais criativos – independente de atuar no ramo criativo (Firjan, 2019).

No estudo mais recente, publicado em 2019, com dados de 2017, verificou-se que a participação das IC no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, após anos de intenso crescimento, estabilizou-se desde 2014, e apresentou um percentual médio de 2,62% do valor total entre 2014 e 2017. Os Estados brasileiros que apresentaram maior participação das IC em seus PIB estaduais foram São Paulo (3,9%), Rio de Janeiro (3,8%) e Distrito Federal (3,1%), todos valores acima da média nacional (2,61%) em 2017.

[5] A Firjan é uma instituição privada que representa os sindicatos patronais industriais na defesa de questões que impactam a indústria. Também realiza estudos e pesquisas voltados para o desenvolvimento industrial, buscando antecipar tendências e apontar soluções que possam orientar empresários e governo na tomada de decisões.

[6] Disponíveis no endereço web https://www.firjan.com.br/economiacriativa/pages/default.aspx

Com relação aos profissionais criativos, observou-se que estes são geralmente mais qualificados e apresentaram remuneração média 2,45 vezes superior à média de rendimentos da população brasileira. Houve, inclusive, um crescimento maior nos rendimentos de menores níveis salariais, o que colaborou para a redução de desigualdade da renda do trabalho nas IC. Metade dos empregos criativos se encontram no eixo Rio-São Paulo e as maiores remunerações estão nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal e Amazonas. Mesmo com o fechamento de diversos postos de trabalho no Brasil, houve muita busca por profissionais criativos (Firjan, 2019).

As oportunidades com relação aos empregos na EC é algo que merece especial atenção do governo, para o desenvolvimento de políticas públicas que adequadas para aproveitá-las. Ainda que essas atividades criativas sejam atraentes, principalmente para jovens, as boas remunerações também exigem bons níveis de escolaridade e habilidades técnicas, o que pode ser limitador (Serra & Saad Fernandez, 2014). Para Florida (2012), esse novo perfil profissional requer investimentos em formação e uma mudança de paradigma das relações de trabalho, uma vez que essa Classe Criativa valoriza questões como ambiente de trabalho informal, trabalho remoto e trabalho freelance.

2.2. A Classe Criativa e o Empreendedorismo

2.2.1. A classe criativa: conceito e relações de trabalho

No contexto dos conceitos de EC e de IC, surge a definição de Classe Criativa por Richard Florida. Para o autor, esta é composta por indivíduos que exercem profissões com alta carga de criatividade e são o principal ativo das cidades tidas como criativas. Acrescenta que atualmente se vive uma fase do capitalismo em que a principal força do desenvolvimento económico passa a ser a criatividade humana, não simplesmente as forças tecnológica e organizacional. Defende, então, que para um lugar ser inovador e apresentar crescimento sustentado, deve apresentar todos os três “Ts”: talento, tecnologia e tolerância (Florida, 2012).

A medida do talento é feita pela presença da classe criativa no lugar. Florida define a Classe Criativa pela ocupação de seus profissionais e para isso divide em dois grupos. O "Núcleo Supercriativo" é composto por profissionais das áreas de informática, matemática, arquitetura, engenharia, física, ciências sociais, educação, treinamento, biblioteconomia, artes, design, entretenimento, esportes e profissionais da mídia. Defende que estes profissionais são pagos para executar a mais alta ordem de trabalho criativo. Não são responsáveis apenas por encontrar a solução de problemas, mas por descobrir novos problemas. Criam novas ideias, tecnologias e conteúdo.

Fora desse núcleo, existe o grupo de "Profissionais Criativos", que são os profissionais de gestão, operadores financeiros e de negócios, profissionais jurídicos, de saúde, técnicos e vendedores de alto nível. São profissionais que possuem alto grau de educação formal e exercem funções que exigem conhecimento intensivo e se engajam na solução de problemas. Seu trabalho regular é aplicar ou combinar soluções para se adequar a determinadas situações, mas eventualmente trabalham criando novos padrões e procedimentos. Se essa atuação eventual se torna mais frequente, eles podem ser transferidos para o Núcleo Supercriativo (Florida, 2012).

Florida (2012) também cita alguns valores carregados pela Classe Criativa: Individualidade – no sentido de que são mais voltados para a individualidade e autoexpressão do que para adequação de acordo com normas de grupos; Meritocracia – é muito valorizada pela classe criativa, que busca trabalhar duro e vencer desafios, geralmente estabelecendo metas para serem alcançadas; Diversidade – a classe criativa prefere ambientes com diversidade e "mente aberta", onde todos têm seu lugar. Os conceitos de Florida geraram diversas críticas, algumas inclusive já discutidas por ele mesmo em suas obras[7], mas suas ideias foram importantes para o avanço da discussão a respeito da criatividade e da EC.

[7] O livro de Richard Florida consultado para este trabalho, *The Rise of the Creative Class, Revisited*, de 2012, levanta várias questões que foram apontadas por críticos desde a primeira edição de *The Rise of the Creative Class*, em 2002.

Para Reis (2008), mais importante do que tentar encaixar as classes criativas em determinado rol de profissões, é perceber que a EC exige uma nova adequação dos profissionais, que foge do modelo das profissões tradicionais. Os profissionais na EC devem desenvolver características como aumento de flexibilidade dos pensamentos, desenvolver familiaridade com tecnologias, valorizar os ativos intangíveis e ser capaz de estabelecer conexões entre diferentes setores (público, privado e sociedade civil). Além disso, deve-se estar atento para novas profissões que surgem nesse contexto criativo. Portanto, capacitação contínua e estímulo à criatividade são imprescindíveis.

Oliveira et al. (2013) afirma que a partir do conceito de Classe Criativa surgiu a discussão sobre Empreendedores Criativos, que são aqueles que conseguem transformar suas ideias em serviços ou produtos criativos para a sociedade. O termo é inspirado no conceito de Empreendedorismo Cultural de Hagoort e Thomassen e propõe uma nova forma de pensamento empreendedor, que busca oportunidades no meio cultural e criativo. O empreendedor criativo combina habilidades criativas, baseadas no simbólico, com outras habilidades inerentes da atividade empreendedora para inovar na EC.

Na EC, as relações trabalhistas funcionam um pouco diferente da economia tradicional, sendo muito estimulado o empreendedorismo e autogestão, o que tem como consequência uma diversificação na geração e distribuição de riquezas (Menezes, 2016). Além disso, os próprios empreendedorismos criativos valorizam mais seus colaboradores, inclusive com remunerações mais elevadas do que a média, o que impacta na satisfação, no comprometimento e no envolvimento criativo. O impacto social também é positivo, pois são negócios marcados, por exemplo, por inclusão e redução de disparidades de gênero (Oliveira et al., 2013).

2.2.2. O Empreendedorismo na Economia Criativa

O conceito de empreendedorismo passou por diversas evoluções desde os primeiros registros de seu uso. De acordo com Carvalho e Costa (2015), um dos primeiros autores a utilizarem o termo, no Século XVIII, foi Richard Cantillon, que buscava diferenciar o empreendedor, que era quem assumia riscos, do capitalista, que era quem fornecia o

capital. Nos séculos XVIII e XIX, influenciadas pela Revolução Industrial, as teorias clássicas de gestão frequentemente abordavam o termo empreendedor associado ao de gestor.

Os conceitos de empreendedorismo que surgiram no século XX podem ser associados, basicamente, a duas linhas de pensamento. Alguns autores abordam o termo com uma perspectiva económica, evidenciando questões como inovação, identificação e aproveitamento de oportunidades, criação de empresas ou desenvolvimento de projeto intraorganizacionais. Outros autores conceituavam empreendedorismo a partir da associação com comportamentos e características da pessoa empreendedora (Carvalho e Costa, 2015). Destaca-se nessa época as abordagens de Joseph Schumpeter e de Peter Drucker que associavam o termo com a ideia de inovação.

Já no século XXI, um conceito a ser destacado é o do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que define empreendedorismo como o processo de iniciar e gerir um novo negócio. De acordo com a publicação, os empreendedores devem ser capazes de identificar oportunidades além de possuírem habilidades, conhecimento e experiência para iniciarem um negócio (Global Entrepreneurship Research Association, 2021). Além disso, defende que o empreendedorismo é uma questão tão económica quanto social.

Também no século XXI, Klamer destaca o reconhecimento do conceito de Empreendedorismo Cultural. No âmbito da discussão de termos relacionados com IC, o conceito surge com o desafio de unir os discursos culturais e económicos em uma definição que une cultura e empreendedorismo criativo (Klamer, 2011). A Utrecht School of the Arts (HKU) reforça essa ideia, ao citar o desentendimento típico entre o criador de uma obra cultural e o empreendedor. Enquanto o primeiro se orienta muito para o valor cultural da criação, sem motivação para gerar valor económico; o segundo prioriza a exploração económica sobre o valor cultural (HKU, 2010).

Buscando reunir todas essas ideias e “reconhecer o espírito empreendedor latente de um artista, o espírito criativo latente do empreendedor e os ambientes particulares nos quais as empresas culturais e criativas operam” (HKU, 2010, p.15) foi trabalhado o conceito de Empreendedorismo Cultural e Criativo.

A partir da contextualização, é possível apresentar o conceito de Empreendedorismo Criativo de mais uma forma. Tomando como base os conceitos clássicos para encontrar definições contemporâneas, Howkins (2007) afirma que os empreendedores da EC atuam conforme o conceito de Jean Baptist Say, em que empreendedorismo é uma ferramenta para agregar valor. Segundo o autor, os empreendedores criativos acreditam que se a riqueza criativa interior for corretamente gerida, esta pode gerar ainda mais riqueza.

No que se refere à criatividade Busenitz & Barney (1997), entendem que esta é uma característica intrínseca de alguns empreendedores, juntamente com a capacidade de inovação. Isso se demonstra no processo de criação de empresas, em que esses buscam identificar cenários e pensar em soluções não convencionais para desenvolver uma solução nova e diferenciada para algum problema. Carvalho e Costa (2015) defendem que essa habilidade pode ser desenvolvida a partir da educação.

HKU propõe que "a criatividade e a cultura são os pilares da qualidade social, vista no contexto de comunidades livres, economicamente desenvolvidas, justas e culturalmente vivas e com alta qualidade de vida" (HKU, 2010, p.17). O European Council reforça ainda que cultura, criatividade e inovação estão intimamente conectadas e são vitais para o desenvolvimento económico e social e para a competitividade, principalmente em tempos de mudanças rápidas e grandes desafios (European Union Council, 2009).

O GEM destaca, ainda, a influência do ambiente na atividade empreendedora, defendendo que contexto social, cultural e económico influencia diretamente os negócios. O desenvolvimento de novos negócios pode ser estimulado ou atrapalhado por fatores como: acesso a financiamento; políticas públicas relevantes; taxas e burocracia; educação empreendedora; pesquisa e desenvolvimento; infraestruturas físicas, comerciais e profissionais; dinâmicas mercadológicas; e normas sociais e culturais (Global Entrepreneurship Research Association, 2021).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), concorda com a relação entre empreendedorismo e ambiente externo. Para a organização,

“empreendedorismo é o resultado de três dimensões atuando em conjunto: condições estruturais favoráveis, programas governamentais bem delineados e atitudes culturais que apoiam” (OECD, 1998, p. 12). Para Carvalho e Costa (2015), os indivíduos sentem mais segurança para empreender em ambientes que lhe permitem explorar oportunidades.

As autoras reforçam que empreender não se restringe a criar de empresas. Também é importante que estas sejam inovadoras e acrescentem valor à cadeia de produção e distribuição, pois ao inovar encontram seu diferencial em mercados altamente competitivos. Isso reflete no desenvolvimento da região, que além de gerar renda e empregos, também se tornam competitiva no ambiente global (Carvalho e Costa, 2015).

É possível desenvolver um ambiente favorável ao empreendedorismo. Carvalho e Costa (2015) defendem que, ao buscar a criação desses ecossistemas empreendedores, deve-se considerar o desenvolvimento de uma rede que aproxime empresas e diversos atores que facilitam a atividade empreendedora, como universidades e entidades públicas de apoio ao empreendedorismo. A estrutura económica (como trabalho e indústria) influencia, assim como as características sociais: criatividade, diversidade e capital humano têm impacto na inovação regional.

Portanto, a atividade empreendedora influencia e é influenciada pelo ambiente. O empreendedorismo é importante na geração de emprego e desenvolvimento económico, assim como contribui para a inovação, que assegura vantagens competitivas e cria regiões mais dinâmicas. Mas este também é afetado pelas condições locais, económicas, sociais e institucionais, necessitando de um ambiente externo favorável (Carvalho e Costa, 2015). Deve haver uma preocupação em desenvolver políticas públicas que estimulem a inovação e a criação de empresas – sempre considerando as pequenas e microempresas, que são maioria – com impactos positivos no crescimento económico, proporcionando um ecossistema empreendedor.

2.3. As Políticas Públicas e a Agenda Criativa

Souza (2006) explica que a questão de Políticas Públicas como área acadêmica começou a ser abordada nos EUA, com ênfase em análises de ações governamentais e partindo do pressuposto de que tudo que o governo faz pode ser analisado por pesquisadores e explicado cientificamente. Surgiu inicialmente como um ramo das Ciências Políticas, sendo encarada de forma multicultural posteriormente, quando perceberam que Políticas Públicas eram transversais a questões de Estado, de política, de economia e de sociedade.

São apontados como fundadores da abordagem acadêmica de Políticas Públicas quatro atores: Harold Leswell, que em 1936 cunhou a expressou *policy analysis* (análise de políticas públicas) para estabelecer um diálogo entre academia, governo e grupos de interesse; Herbert Simon, que em 1957 introduziu a ideia de racionalidade limitada dos tomadores de decisão; Charles Edward Lindblom, que questionou a limitação do racionalismo de seus antecessores e propôs a incorporação de novas variáveis, como as relações de poder no processo decisório; e David Easton, que defendeu que as Políticas Públicas deveriam ser abordadas de maneira sistêmica, relacionando formulação, resultados e ambiente (Souza, 2006). Diversos autores colaboraram com definições de Políticas Públicas:

Tabela 8- Definições de Políticas Públicas

Campo de estudo em Política que analisa a atuação do governo diante de grandes questões públicas.	Mead, 1995
Conjunto de ações do governo que produzem efeitos.	Lynn, 1980
Todas as atividades, direta ou mediante delegação, do governo que influenciam a vida do cidadão.	Peters, 1986
Analisar Políticas Públicas implica responder "quem ganha o que, por quê e que diferença faz?".	Laswell, 1936
"Tudo aquilo que os governos escolhem fazer ou não fazer".	Dye, 1972
Diretriz elaborada para enfrentar um problema público e possui dois elementos fundamentais: intencionalidade pública e resposta a um problema público.	Secchi, 2013

Fontes: Souza, 2006; Secchi, 2013

Souza (2006) defende que há uma convergência de ideias, mesmo entre as abordagens mais minimalistas, que é a adoção de uma visão holística, que implica diversos olhares multidisciplinares sobre a questão. Todas carregam a proposta de analisar o Governo

em ação e suas adaptações conforme as situações. Sobre a abordagem de Dye, Howlett et al. (2013) argumentam ainda que, apesar de minimalista e abrangente, tem o mérito de reconhecer o protagonismo do governo nas ações, ao mesmo tempo em que destaca a importância do poder decisório do governo e demonstra que essas decisões carregam uma intencionalidade do agente governamental.

Secchi (2013) explica que existem duas abordagens para estudar as Políticas Públicas, diferenciadas pelo protagonismo das ações. A abordagem Estatista ou Estadocêntrica considera que a elaboração de políticas públicas é exclusiva de atores estatais, devido à superioridade objetiva do Estado em elaborar e fazer cumprir leis. Já a abordagem Multicêntrica ou Policêntrica entende que uma política pública só consegue ser efetiva na resolução de problemas se considerar a participação de múltiplos tomadores de decisão (entidades privadas, organizações não governamentais, organismos multilaterais, redes de políticas públicas, além do próprio Estado) em atuação coletiva para atingir o interesse público comum. O foco desta é a busca pela resolução do problema público, independentemente de haver o protagonismo de um ente estatal.

Pacheco et al. (2021) defendem que a abordagem policêntrica, ao permitir a participação de atores não estatais no processo de tomada de decisão, viabiliza a aplicação de políticas públicas em setores estratégicos do país, como na EC. Explicam que o processo decisório das políticas públicas deve ser marcado por negociações e cooperações entre os grupos envolvidos. Nos sistemas policêntricos, “as decisões devem ser acordadas por uma ampla variedade de partes interessadas, o que exige troca de informações, compartilhamento de conhecimento e a vontade de chegar a um acordo” (Pacheco et al., 2021, p. 31). Além disso, devem ser sistemas auto-organizados e que incentivem a atuação de indivíduos em diversos níveis, sendo que a espontaneidade deve ser elemento-chave na governança de políticas públicas.

Argumentam que isso torna o sistema mais resiliente diante de mudanças em ambientes institucionais, o que pode ser especificamente útil no caso da instabilidade política brasileira, em que o Estado enfraquecido tem dificuldades em assegurar a continuidade de políticas públicas. Citam o exemplo da SEC, que apesar de abrir caminho para a institucionalização da EC no país, acabou perdendo sua influência. Secchi (2013, p.3)

concorda com essa proposta, ao afirmar que a abordagem policêntrica considera que “o papel do Estado varia em cada país, e muda constantemente dentro de um mesmo país”.

A sociedade moderna trouxe a ideia de uma “autonomia relativa do Estado”, que torna o processo de governar e de formular políticas públicas mais complexo, permitindo a participação de outros segmentos, mas sem inibir a atuação do governo (Souza, 2006). Pacheco et al. (2021) consideram que liberdade e criatividade são elementos que participam da abordagem de EC como vetor de desenvolvimento e que não podem ser entendidos fora de um quadro complexo.

Também afirmam que um desenvolvimento justo, inclusivo e sustentável depende de participação estatal e vontade política. Nisso, um dos desafios de elaborar políticas públicas para a EC é proporcionar desenvolvimento económico a partir da liberdade criativa, assim como provocar outras formas de desenvolvimento além do económico – principalmente no caso de países em desenvolvimento (Pacheco et al, 2021). O desenvolvimento deve ser, portanto, um processo social e cultural.

A EC é um instrumento valoroso na proposição e implementação de políticas públicas, de acordo com Serra e Fernandez (2014). Isso se deve ao seu potencial de se relacionar com diversas indústrias, recuperar centros urbanos, promover eventos culturais, gerar emprego e renda, estimular o empreendedorismo, entre outros. Para os autores, o grande destaque das possibilidades é o de gerar emprego e rendas, principalmente entre jovens, mas destacam que os novos perfis profissionais exigem também políticas públicas de investimento em qualificação. Serra (2012) aponta que os desafios de políticas públicas na EC vão desde a disponibilização de bens e serviços culturais de forma inclusiva à população até a articulação entre políticas económicas e sociais, especialmente na educação, na ciência e tecnologia e no desenvolvimento local.

Como já mencionado no capítulo anterior, as políticas públicas também são importantes para a criação de um ecossistema propício à atividade empreendedora. Sobre isso, Carvalho e Costa (2015) sugerem que existem dois grupos de políticas públicas que influenciam o ambiente empreendedor: políticas regulatórias, que são aquelas responsáveis por definir regras, legislação e regulamentação de funcionamento do

sistema; e políticas de estímulo, que promovem a atividade empreendedora, a partir de iniciativas que facilitam e estimulam o seu desenvolvimento.

A European Comission (2013) sustenta que muitas das inovações do setor privado são fomentadas pelo Poder Público, uma vez que existem riscos e incertezas que exigem apoio do Estado. Silva e Franz (2020) lembram, ainda, que privilegiar parcerias público-privada-sociedade é importante para o desenvolvimento sustentável urbano dentro daquela premissa de pensar global e agir localmente.

Entretanto, a HKU (2010) observa que o valor das indústrias culturais e criativas ainda não foi suficientemente reconhecido e traduzido na arena política, apesar de diversas iniciativas nas últimas décadas. Isso é um fator que pode atrapalhar o desenvolvimento de novos negócios criativos, já que o ambiente influencia diretamente a atividade empreendedora (Global Entrepreneurship Research Association, 2021). É importante que o Estado entenda seu papel de articulador de políticas públicas, de forma a estimular a criatividade e favorecer a conexão entre criatividade, cultura, empreendedorismo e tecnologia. Essas políticas são consideradas como instrumentos indispensáveis para fortalecer e desenvolver a EC do país (UNCTAD, 2008).

Serra e Fernandez (2014) reforçam essa percepção, ao observarem que, no Brasil, o poder público ainda não compreendeu o potencial de sua EC, existindo diversas lacunas de articulação desta com as demais economias. Mesmo assim, afirmam que as políticas públicas de estímulo à atividade criativa têm logrado bons resultados com relação a expansão de emprego, ampliação do empreendedorismo, promoção de inovação e fortalecimento do património cultural.

Landry (2011, p. 10) propõe a ideia de que uma cidade deve ser criativa, incentivando a criatividade de modo transversal, ultrapassando os limites de IC. Mas para desenvolver esse ambiente criativo, destaca a importância de um poder público condizente: “outros setores ou grupos, como a classe criativa, só podem florescer quando a administração pública é imaginativa, onde há inovações sociais, onde a criatividade existe em áreas como saúde, serviços sociais e mesmo política e governança”.

Para Almeida et al. (2021), esse ambiente gerado pelas cidades criativas estimula a participação dos cidadãos e a criatividade, abrindo espaço para uma coprodução, que pode gerar inovação no serviço público. Alguns dos benefícios da coprodução em cidades criativas apontados são: ambiente fértil para inovação, com espaço para multiplicidade de ideias e diferentes pontos de vista para analisar um problema; aumento da legitimidade a partir da representatividade de diferentes grupos sociais; um esforço coletivo no processo de inovação, com a participação dos diferentes atores envolvidos; e a independência de um único ator, o que permite que as iniciativas possam ultrapassar os limites temporais de um determinado mandato governamental.

Os autores argumentam que a participação coletiva é fundamental para a inovação dos serviços públicos, uma vez que a participação dos cidadãos permite ponderar as necessidades da sociedade e refletir melhor sobre aspectos ambiental, económicas, sociais e até corporativas. Dallabrida et al. (2017) defendem que a tríade integração, inovação e sustentabilidade é capaz de formar uma população equilibrada em questões sociais, económicas e ambientais. Para Audy (2017), as pessoas são uma força propulsora capaz de utilizar pesquisas como base e inovação como vetor, para alcançar o desenvolvimento como consequência.

Essa governança participativa, assim como a ação política multissetorial pautam as políticas públicas de EC (Messias et al., 2020). Serra e Fernandez (2014) observam que a aplicação de políticas públicas de desenvolvimento sustentável baseadas na criatividade se popularizou por diversas cidades no mundo, muito impulsionadas pela UNESCO e sua rede de cidades criativas.

2.4. Um caminho para a Cidade Criativa

Nas décadas de 1980 e 1990 houve um novo olhar sobre o valor das cidades, muito influenciado pelas ideias de Manuel Castells sobre a Sociedade em Rede, em que sugeria que redes interconectadas poderiam levar a ganhos em escala global. Além disso, a atuação de pequenas empresas em redes locais, formadas pela proximidade espacial, gerava um maior nível de confiança e de senso de comunidade, gerando benefícios

económicos e ganho em nível de conhecimento, valorizando ainda mais as atuações em rede. As cidades passaram a ser consideradas pelo seu potencial económico, por possibilitarem essa proximidade, e o processamento de conhecimento e símbolos (O'Connor, 2007).

Essa coligação empreendedora nas cidades também envolveu as Indústrias Culturais. Para O'Connor (2007), os vínculos que se formaram ali não foram apenas económicos, foram também culturais. O autor explica que a cultura ajudava na regeneração da cidade e valorização dos imóveis ao mesmo passo em que a urbanidade apoiava diferentes atividades culturais, desde comerciais a não comerciais, de eventos subsidiados a grandes empreendedores. Banks et al. (2000) explicam que o modelo de negócio das Indústrias Culturais foi beneficiado com a atuação em rede, pois facilitava a conexão entre produtores, colaboradores, freelances e pequenas empresas, facilitando o gerenciamento de riscos dos projetos.

Esse crescente protagonismo das cidades na promoção da cultura num período em que também se popularizava a Agenda Criativa na Europa, fez com que a comunidade europeia buscasse o desenvolvimento de políticas públicas para aproveitar a oportunidade. Em Portugal, de acordo com Quintela e Ferreira (2018) os efeitos dos investimentos na revitalização e modernização de áreas urbanas foram um aumento da sensação de pertencimento dos cidadãos e uma maior atratividade de turistas e consumidores.

O britânico Charles Landry foi o primeiro a falar em Cidades Criativas. Ele defende que as cidades são seres vivos e passam por fases de crescimento, estagnação e declínio. A vitalidade urbana depende do desenvolvimento económico, cultural, social e ambiental da cidade, que determinam sua capacidade de adaptação às mudanças (Landry e Bianchini, 1995). A cultura tem um papel crucial, ela representa o que um lugar tem de único e diferenciado. A história do lugar ajuda a inspirar e criar o futuro, reinventando o espaço regularmente. E cultura está interligada com a criatividade, que o autor explica que "não se trata apenas de uma invenção contínua do novo, mas também de como lidar adequadamente com o antigo" (Landry, 2008, p. 7).

Landry define Cidades Criativas como locais em que “são criadas condições para que as pessoas pensem, planejem e ajam com imaginação, para estimular oportunidades ou resolver problemas urbanos aparentemente incuráveis” (Landry, 2011, p. 13). O autor defende que em qualquer lugar sempre há mais potencial do que acreditamos num primeiro momento e que para conseguir aproveitá-lo deve-se estimular a abertura mental e a imaginação. “Para ser criativa, a cidade requer milhares de mudanças de mentalidade, criando as condições para que as pessoas possam se tornar agentes de mudança, ao invés de vítimas dela” (Landry, 2011, p.14).

As Cidades Criativas, na visão de Landry, possuem como características: a valorização da cultura e da diversidade; a correlação entre cultura e desenvolvimento económico; uma infraestrutura criativa que combina infraestruturas hardware (edifícios, ruas, saneamentos, etc.) e softwares (infraestrutura mental, condições ambientais, etc.); cidadãos participativos; políticas públicas transdisciplinares; abertura para promoção de ideias e da criatividade; além de fatores responsáveis por identificação e promoção de talentos internos e por atração e manutenção de talentos externo (Reis, 2011).

Em uma perspectiva mais económica, Landry explica que as velhas indústrias estão desaparecendo e as cidades têm sido valorizadas cada vez mais pelo seu capital intelectual aplicado em produtos, processos e serviços, e menos pelo que é manufaturado. O autor propõe que as cidades criativas adotem um planejamento urbano estratégico que explore formas de tornar as cidades mais habitáveis e vitais, aproveitando a imaginação e o talento das pessoas (Landry, 2008).

No continente americano, uma abordagem que merece destaque é a do estadunidense Richard Florida, que desenvolveu suas ideias de Cidades Criativas juntamente com seus conceitos de Classe Criativa, que já foram tratados neste trabalho. Florida defende que uma cidade criativa bem-sucedida é aquela que proporciona condições ambientais favoráveis para atrair a Classe Criativa. São elementos de atração numa cidade a existência de bons cafés, um bom design, a valorização de artes e cultura e o acesso a parques (Florida, 2012). As cidades precisam atrair os talentos e por isso devem proporcionar tanto um ambiente favorável para as empresas quanto para as pessoas.

Dentro da sua teoria dos três Ts (talento, tecnologia e tolerância) para o crescimento económico, o talento é quem dirige esse crescimento, mas a tolerância é fundamental para atraí-lo. De acordo com Florida (2008), a concentração de pessoas talentosas e produtivas tem como efeito tornar cada indivíduo também mais produtivo e, por fim, os locais habitados por pessoas assim se tornam mais produtivos e geram mais riqueza. Como já mencionado, as críticas às ideias de Florida são muitas, mas há quem reforce (por exemplo, Landry, 2011; e Hartley et al., 2013) que estas foram importantes por colocar o trabalhador criativo em destaque, diversificando a discussão sobre CC e IC.

De um ponto de vista brasileiro, Ana Carla Fonseca Reis concorda que uma cidade é criativa se seus habitantes forem criativos inovadores, o que reflete no espaço em que vivem. O desafio, portanto, é criar condições para que essas pessoas se desenvolvam e possam contribuir com o desenvolvimento da cidade. Entretanto, a autora desenvolve uma definição de CC mais ampla:

> Cidades que se caracterizam por processos contínuos de inovação, das mais diversas ordens. Estas se baseiam em conexões (de ideias, pessoas, regiões, intra e extra urbanas, com o mundo, entre público e privado, entre áreas de saber) e têm na cultura (identidade, fluxo de produção, circulação e consumo, infraestrutura, ambiente) grande fonte de criatividade e diferencial social, económico e urbano (Reis, 2011, p.70).

Uma cidade que é criativa consegue surpreender, atiçar a curiosidade e o pensamento alternativo e estimular a busca por soluções de problemas urbanos não resolvidos. Três elementos devem prevalecer nestes lugares: inovações, conexões e cultura (Reis e Urani, 2011). Além disso, são espaços que reestruturam seu tecido socioeconómico respeitando suas especificidades locais, em que se combatem as desigualdades e a violência, e em que se promovem a criação de *clusters* criativos e a transformação das cidades em polos criativos globais (Reis, 2008).

O conceito de Clusters Criativos é explicado por Reis da seguinte forma:

> Um *cluster* criativo requer muito mais do que a visão padronizada de um parque de empresas próximo a um campus tecnológico. Inclui instituições sem fins lucrativos, instituições culturais, equipamentos culturais, artistas, parques científicos e centros de mídia. Clusters criativos são locais de trabalho e residência, onde os produtos criativos são produzidos e consumidos, nutridos por diversidade, em cidades multiculturais que têm sua distinção e também conexão com o mundo (Reis, 2011, p.41).

A autora chama a atenção para a importância de se entender a cidade criativa sob uma visão sistemática, em que tudo está inter-relacionado, num contexto mais complexo do que uma simples consideração de espaços criativos pontuais. Além disso, deve-se cuidar para que haja integração não apenas de áreas, mas também de classes geralmente marginalizadas. Para isso, as políticas públicas também devem ser integradas e se pautar não apenas por objetivos económicos, mas também sociais, culturais e ambientais, de forma a evitar gentrificação[8] e aumento de desigualdades.

Para a UNESCO, as cidades são elementos centrais do processo de desenvolvimento sustentável baseado em cultura e criatividade, uma vez que elas abrigam mais da metade da população mundial e concentram grande parte da atividade económica. A organização defende que as estratégias de desenvolvimento urbano devem ser periodicamente reavaliadas, visando adaptar-se às questões contemporâneas, sejam económicas, ambientais ou sociais. Nesse sentido, o setor cultural e criativo se mostra vital, por permitir que as pessoas se apropriem de seu desenvolvimento e por estimular inovações que impulsionam o crescimento sustentável e inclusivo (UNESCO, 2020a).

Defendendo que a criatividade tem um papel essencial na sustentabilidade urbana, a UNESCO passou a auxiliar autoridades locais que compartilhassem dessa visão a se conectarem e cooperarem entre si. A organização acredita que, desta forma, colabora

[8] Iversen explica que gentrificação é o fenômeno em que ocorrem transformações no espaço urbano que tem como consequência a valorização de uma região de comunidades de baixa renda. O problema é que essa especulação imobiliária frequentemente traz como consequência a "expulsão econômica informal das pessoas de baixa renda, devido ao aumento do aluguel, do preço das casas e dos impostos sobre a propriedade" (Iversen, 2011, p.134)

com o desenvolvimento de um pensamento coletivo sobre o poder da cultura e da criatividade na reinvenção das cidades, tornando-as mais resilientes e sustentáveis.

2.5. A Rede de Cidades Criativas da UNESCO

Com isso, em 2004 a UNESCO criou a RCCU, com a proposta de promover a cooperação entre cidades que reconhecem a criatividade como fator estratégico de desenvolvimento sustentável nos âmbitos económico, social, cultural e ambiental. As cidades-membro têm a missão de colocar criatividade e indústria cultural no centro de seus planos de desenvolvimento, em nível local, enquanto cooperam ativamente em nível internacional com a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e com a Nova Agenda Urbana da ONU (UNESCO, 2020).

2.5.1. A RRCU

Fonseca e Ramos (2011) afirmam que, de fato as cidades funcionam como polos de desenvolvimento regional e que as cooperações interurbanas são importantes para solucionar problemas comuns às urbes. A atuação das cidades em rede, para os autores, é uma estratégia útil para aproveitar as suas sinergias e complementaridades.

A RCCU cobre sete campos criativos: Artesanato e Arte Popular, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Artes Midiáticas e Música. Cidades de um mesmo campo criativo colaboram intensamente para desenvolver parcerias conjuntas, ao mesmo tempo em que também trabalham transversalmente, desenvolvendo as suas outras áreas criativas. Suas ações incluem compartilhar experiências, conhecimentos e melhores práticas; estabelecer parcerias entre setores público e privado e a sociedade civil; e desenvolver políticas para um desenvolvimento urbano sustentável além de atividades de comunicação e sensibilização (UNESCO, 2020).

De acordo com a publicação *UNESCO Creative Cities Network for Sustainable Development*, a RCCU tem como objetivos (UNESCO, 2020, p.11):

Fortalecer a cooperação internacional entre cidades que reconhecem a criatividade como fator estratégico de seu desenvolvimento sustentável;

Estimular e aprimorar iniciativas lideradas por cidades membros para fazer da criatividade um componente essencial do desenvolvimento urbano, notadamente por meio de parcerias envolvendo os setores público e privado e a sociedade civil;

Fortalecer a criação, produção, distribuição e difusão de atividades, bens e serviços culturais;

Desenvolver polos de criatividade e inovação e ampliar as oportunidades para criadores e profissionais do setor cultural;

Melhorar o acesso e a participação na vida cultural, bem como o gozo de bens e serviços culturais, especialmente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis;

Integrar totalmente a cultura e a criatividade nas estratégias e planos de desenvolvimento local.

A UNESCO destaca o caráter estratégico de sua Rede de Cidades Criativas para o alcance do Objetivo 11 da Agenda 2030: Tornar as cidades mais inclusivas e resilientes (UNESCO, 2020). Messias (2017) afirma que a RCCN está entre as principais contribuições da UNESCO para a Nova Agenda Urbana e para a Agenda 2030, para o alcance dos ODS – não se limitando ao ODS 11.

A RCCU conta, atualmente, com 246 membros em suas sete categorias – sendo 50 na de Artesanato e Arte Popular, 40 na de Design, 18 na de Cinema, 37 na de Gastronomia, 39 na de Literatura, 17 na de Artes Midiáticas e 47 na de Música (UNESCO, 2020a). As cidades interessadas em se tornarem membro da rede, devem apresentar sua candidatura na ocasião de abertura do período de candidaturas, que ocorre a cada dois anos. Alguns ativos culturais podem ser fatores diferenciais e são considerados de acordo com o campo criativo pretendido, conforme a tabela seguinte (UNESCO, 2008).

Tabela 9- Critérios temáticos para participação em cada campo criativo da RCCU

LITERATURA	CINEMA	GASTRONOMIA
▪ Qualidade, quantidade e diversidade de iniciativas editoriais e de editoras; ▪ Qualidade e quantidade de programas educacionais com foco em literatura nacional ou estrangeira em escolas primárias, secundárias e em universidades; ▪ Ambiente urbano em que a literatura, o drama e/ou a poesia desempenham um papel integral; ▪ Experiência na realização de eventos e festivais literários com o objetivo de promover a literatura nacional e estrangeira; ▪ Bibliotecas, livrarias e centros culturais públicos ou privados dedicados à preservação, promoção e divulgação da literatura nacional e estrangeira; ▪ Esforço ativo do setor editorial para traduzir obras literárias de diversas línguas**;** ▪ Envolvimento ativo da mídia, incluindo novas mídias, na promoção da literatura e no fortalecimento do mercado de produtos literários.	▪ Infraestrutura importante relacionada ao cinema, como estúdios cinematográficos, paisagens/ambientes cinematográficos etc.; ▪ Relacionamento histórico com produção, distribuição e comercialização de filmes; ▪ Experiência na realização de festivais de cinema, exibições e outros eventos relacionados com o cinema; ▪ Iniciativas colaborativas em nível local, regional e internacional; ▪ Património cinematográfico sob a forma de arquivos, museus, coleções particulares e/ou institutos cinematográficos; ▪ Escolas e centros de formação de cinema; ▪ Esforço na divulgação de filmes produzidos e/ou dirigidos local ou nacionalmente; ▪ Iniciativas para incentivar o compartilhamento de conhecimento sobre filmes estrangeiros.	▪ Gastronomia bem desenvolvida e própria do centro urbano ou da região; ▪ Comunidade gastronómica vibrante e com inúmeros restaurantes e/ou chefs tradicionais; ▪ Utilização de ingredientes endógenos na culinária tradicional; ▪ Conhecimento local, práticas culinárias tradicionais e métodos de cozinhar que sobreviveram ao avanço industrial/tecnológico; ▪ Mercados de comida e indústria alimentícia tradicionais; ▪ Tradição em sediar festivais gastronómicos, premiações, concursos e outros meios de reconhecimento amplamente direcionados; ▪ Respeito pelo meio ambiente e promoção de produtos locais sustentáveis; ▪ Fomento da valorização do público, promoção da nutrição em instituições de ensino e inclusão de programas de conservação da biodiversidade nos currículos das escolas de culinária.
ARTESANATO E ARTE POPULAR	**ARTES MIDIÁTICAS**	**MÚSICA**
▪ Tradição duradoura em uma forma particular de artesanato ou arte popular; ▪ Produção contemporânea de artesanato e arte popular; ▪ Forte presença de artesãos e artistas locais; ▪ Centros de formação relacionados com ofícios e profissões relacionadas com a arte popular; ▪ Esforço de promoção do artesanato e da arte popular (festivais, exposições, feiras, mercados etc.); ▪ Infraestrutura relevante para artesanato e arte popular, como museus, lojas de artesanato, feiras de arte locais etc.	▪ Desenvolvimento de indústrias culturais e criativas desencadeadas pela tecnologia digital; ▪ Integração bem-sucedida das artes da mídia levando à melhoria da vida urbana; ▪ Crescimento das formas de arte eletrónica buscando a participação da sociedade civil; ▪ Maior acesso à cultura por meio do desenvolvimento de tecnologia digital; ▪ Programas de residência e outros espaços de estúdio para artistas de mídia.	▪ Centros reconhecidos de criação e atividade musical; ▪ Experiência na realização de festivais e eventos musicais a nível nacional ou internacional; ▪ Promoção da indústria da música em todas as suas formas; ▪ Escolas de música, conservatórios, academias e instituições de ensino superior especializadas em música; ▪ Estruturas informais de educação musical, incluindo coros e orquestras amadores; ▪ Plataformas nacionais ou internacionais dedicadas a gêneros musicais específicos e/ou música de outros países; ▪ Espaços culturais adequados para praticar e ouvir música, como auditórios ao ar livre.
DESIGN		
▪ Indústria de design estabelecida; ▪ Paisagem cultural alimentada pelo design e pelo ambiente construído (arquitetura, urbanismo, espaços públicos, monumentos, transportes, sinalização e sistemas de informação, tipografia etc.); ▪ Escolas de design e centros de pesquisa em design; ▪ Grupos praticantes de criadores e designers com atividade contínua a nível local e/ou nacional; ▪ Experiência na realização de feiras, eventos e exposições dedicadas ao design; ▪ Oportunidade para designers e urbanistas locais aproveitarem os materiais locais e as condições urbanas/naturais; ▪ Indústrias criativas orientadas para o design, como arquitetura e interiores, moda e têxtil, joias e acessórios, design de interação, design urbano, design sustentável etc.		

Fonte: Documento CLT/CID/CEI/2008/PI/67, de maio de 2008 (UNESCO, 2008)

Em sua última abertura de candidaturas, realizada em 2021, a UNESCO definiu como regra que cada país poderia enviar no máximo duas candidaturas, que deveriam ser de dois campos criativos distintos. A candidatura deveria incluir: o formulário de candidatura completamente preenchido; quatro cartas, sendo uma de intenção do prefeito da cidade candidata, uma da comissão representativa da UNESCO no país e duas de associações do campo criativo pretendido; além de três imagens da cidade, que destaquem seus ativos criativos e a sua vitalidade urbana (UNESCO, 2021). Ao solicitar sua adesão, a cidade se compromete com a Declaração de Missão da RCCU.

A recomendação é que uma boa aplicação da candidatura demonstre uma cooperação participativa no seu processo de preparação, sendo importante envolver diversos stakeholders da área. A demonstração de um compromisso de colaboração e intercâmbio de experiências com outras cidades também é um bom diferencial. Deve-se destacar os bens culturais e a vibração criativa da cidade, além de mostrar uma visão de engajamento com ideais de desenvolvimento sustentável. Também deve apresentar um plano de ação para quatro anos que seja alcançável, além de pertinente e coerente com sua aplicação para compor a RCCU.

Caso seja designada, a cidade tem a responsabilidade de operar internacionalmente na troca de conhecimento e informação com outras cidades-membro. Além disso, compromete-se a enviar à UNESCO, a cada quatro anos, o Relatório de Monitoramento de Membros, que tem como objetivos: monitorar e avaliar os impactos após o reconhecimento como cidade criativa; verificar o comprometimento com a missão da RCCU; e avaliar as tendências de participação da cultura e da criatividade no desenvolvimento urbano sustentável (UNESCO, 2021).

De acordo com as recentes orientações da UNESCO (2021), esse relatório deve ser composto por: informações relevantes sobre a cidade; as contribuições da cidade para a gestão global da RCCU; principais iniciativas implementadas para atingir os objetivos da RCCU; plano de ação para o período de quatro anos; e, opcionalmente, iniciativas realizadas como resposta e recuperação no período da Pandemia de Covid-19. O documento pode apresentar elementos gráficos e anexos, desde que suas informações sejam concisas, relevantes e tenham suas fontes devidamente citadas.

Sobre a questão da Pandemia de COVID-19, iniciada em 2020, a UNESCO (2020b) afirma que governos locais e nacionais das cidades criativas integraram a cultura em respostas de curto e longo prazo à crise, o que destacou ainda mais o papel da cultura e da criatividade na promoção da resiliência e recuperação em situações de crises. De acordo com Sousa et al. (2020), entretanto, no Brasil foram identificados diferentes comportamentos do poder público nessa questão e alguns aspectos demonstraram baixo impacto no fomento da EC. Os autores defendem que isso reflete uma necessidade de melhorias de estratégias e de atuação mesmo em situações normais.

2.5.2. As Cidades Criativas do Design e a RCCU

O Design é considerado pela UNCTAD um dos principais setores de desenvolvimento e inovação das IC, que merece ser observado juntamente com Moda e Cinema. Esses três setores representam a maior parte do comércio mundial de produtos criativos, sendo o Design – e suas categorias internas, que vão desde moda a criação de mobiliários – o líder de mercado em IC (UNCTAD, 2018). A publicação ainda destaca o impacto de uma nova geração de designers que está surgindo e as feiras de moda, chamadas *fashion weeks*, que têm conquistado mais atenção e relevância. Berg et al. (2021) ainda observa o caráter inclusivo da Moda, que é um segmento de IC com grande participação de mulheres, o que reduz as disparidades de gênero no mercado de trabalho.

Além de seus produtos e serviços criativos próprios, o Design possui sua atuação transversal, que o torna catalisador de inovação e de criação (Prestes & Figueiredo, 2011). Para Testoni & Teixeira (2019), os designers contemporâneos possuem o papel de identificação e interpretação das interações cotidianas das pessoas com produtos e serviços, algo que, além de relevante na sociedade, ainda funciona como instrumento de empoderamento e resiliência da população. Com isso, o Design tem ainda a capacidade de desenvolver experiências de valor para os usuários, o que pode ser um importante fator de diferenciação no ambiente competitivo global.

O design tem um caráter impulsionador de inovações não tecnológicas, sendo decisivo em momentos de crise, em que se exige resiliência. “Exigindo menos capital e menos

tempo para recuperar o investimento, esta inovação tem um potencial relevante em termos de produtividade e de competitividade internacional" (Augusto Mateus & Associados, 2013, 123). Há, no entanto, uma má percepção do poder público quanto a esse potencial de inovação, que pode ser percebido pela diferença de investimentos feitos pela iniciativa privada e pelo governo. Enquanto as empresas priorizam investimentos em design e inovação não tecnológica, as despesas públicas são alocadas em sentido contrário.

A Comissão Europeia apostou no Design e na criatividade como instrumentos para inovação e internacionalização de Pequenas e Médias Empresas da Europa. Para isso listou recomendações de como o Design pode contribuir para o crescimento e para a prosperidade, organizadas em seis áreas estratégicas: (I) Diferenciar o Design europeu a nível mundial; (II) Posicionar o Design nos sistemas europeus de inovação; (III) Colocar o design a serviço das empresas inovadoras e competitivas; (IV) Colocar o Design a serviço de um setor público inovador; (V) Posicionar a investigação no domínio do design para o Século XXI; e (VI) Competências no domínio do Design para o Século XXI (Augusto Mateus & Associados, 2013).

A RCCU reconhece como Cidades Criativas do Design as cidades: Asahikawa, Baku, Bandung, Bangkok, Beijing, Berlin, Bilbao, Brasília, Budapest, Buenos Aires, Cape Town, Cebu City, Curitiba, Detroit, Dubai, Dundee, Fortaleza, Graz, Geelong, Hanoi, Helsinki, Istanbul, Kaunas, Kobe, Kolding, Kortrijk, Mexico-City, Montréal, Muharraq, Nagoya, Puebla, Querétaro, Saint-Etienne, San José, Seoul, Shanghai, Shenzhen, Singapore, Torino e Wuhan. Sua abrangência internacional é percebida no mapa a seguir.

Figura 4- Cidades Criativas do Design da UNESCO



Fonte: www.designcities.net/imprint/attachment/cis_designcities_cod_map_web-3 - acesso em 02 de março de 2022, às 16:30

Um exemplo a ser destacado é Berlim, que conta uma grande quantidade de escritórios de Design, um alto potencial e vários jovens talentos, além de mais de 10 universidades e um centro criativo bem estabelecido, todos com foco em Design. Além disso, conta com festivais, feiras, museus e revistas dedicados ao tema. Soma-se a isso uma densa rede de cooperação internacional que envolve companhias, redes e administração pública, trabalhando de forma unificada num setor que recebe financiamentos e investimentos anuais na faixa de milhões de euros (UNESCO, 2009)

Lange et al. (2008) explicam que, após o período histórico conturbado, a cidade passou a implementar projetos de revitalização urbana a partir de instalações e investimentos culturais, seguindo a tendência global criativa que se desenhava. Seldin (2020) afirma que os próprios governantes acreditavam no potencial criativo da cidade, defendendo que, mesmo degradada, ela tinha uma imagem cultural que poderia ser explorada. A autora destaca discursos políticos da época em que são citadas explicitamente as ideias e o nome de Richard Florida, demonstrando a adoção da Agenda Criativa como estratégia de regeneração da cidade.

Além das políticas públicas para incentivar a atração de jovens, artistas e trabalhadores criativos, agências de marketing locais também trabalharam para construir uma imagem de cidade "legal" e "desejada". Também colaboraram para consolidar a imagem de uma cidade criativa a concessão de vistos para profissionais criativos estrangeiros, a inclusão de Berlim na RCCU e o apoio estatal ao estabelecimento de *startups* e de *clusters* criativos na cidade (Seldin, 2020). Para Seldin, Berlim é um dos melhores exemplos de aplicação de políticas públicas para o desenvolvimento de uma cidade criativa.

Heebels & van Aalst (2010) perceberam que os *clusters* criativos que surgiram em Berlim foram importantes para atrair empreendedores criativos. Os empreendedores indicaram que a atmosfera tolerante e dinâmica da cidade, juntamente com a grande oferta e estúdios e espaços de trabalho a preços baixos foram fatores decisórios. Também foram atraídos pelas oportunidades de se criar redes de contatos profissionais e pelo valor simbólico do ambiente, em seus aspectos físicos e intangíveis.

Outro caso que se destaca para este estudo é o de Buenos Aires com sua proposta de desenvolvimento de *clusters*. Mais precisamente pela criação dos Distritos Criativos, que aconteceu num contexto histórico de convergências entre cultura, economia, território, desenvolvimento e turismo, conforme abordagem de Fonseca (2020). Visando a um reposicionamento económico e de revitalização de áreas degradadas da cidade, os Distritos Criativos são resultados de políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento de áreas específicas das IC em territórios geográficos dedicados.

Para gerenciar e promover a criatividade na cidade por meio do Design, foi criado o Centro Metropolitano de Design (CMD). Além de fortalecer o capital humano a partir de atividades de educação, o CMD também dá suporte para pesquisa e desenvolvimento nessa área e é responsável por gerenciar redes e conexões para o desenvolvimento de todo o sistema (Testoni e Teixeira, 2019). Foi também o responsável pela entrada de Buenos Aires na RCCU (Fonseca, 2020)

Oliveira et al. (2013, p. 7) sustentam que a RCCU é uma iniciativa de EC que pode ajudar a "promover a revitalização de áreas urbanas degradadas, ou mesmo o desenvolvimento de áreas rurais com herança de patrimônio cultural". De fato, foi um

resultado percebido no caso dos Distritos Criativos de Buenos Aires. Fonseca (2020), entretanto, ressalta que nem todos os Distritos da cidade prosperaram. Situações diferentes exigiam abordagens adaptadas para cada caso e nem todas as iniciativas foram bem aplicadas. Falta de articulação entre os Distritos, investimentos públicos desproporcionais e um descompasso entre desenvolvimento económico e social estão entre os problemas identificados pela autora. Mesmo com as críticas, explica que o caso dos Distritos Criativos de Buenos Aires são exemplos de sucesso e de aprendizagem. E ressalta que não é a única abordagem de EC na cidade.

Ao reconhecer Cultura e Inovação como bases de transformação, a cidade favoreceu o desenvolvimento de boas políticas públicas culturais, económicas e de desenvolvimento urbano. Além disso, o planejamento de longo prazo possibilitou uma continuidade de aplicação de políticas e melhor articulação entre as ações. O reconhecimento como Cidade Criativa do Design pela Unesco foi muito importante para o reconhecimento internacional de sua EC, enquanto internamente houve esforço para valorizar o espaço público e a diversidade, unindo cultura e negócios (Fonseca, 2020). Para Mendes (2016), atualmente Buenos Aires é uma referência internacional de cidade criativa. Fruto de seus investimentos em talento e criatividade, tornou-se uma cidade moderna e inteligente, fonte de conhecimento, inovação e criatividade.

Ao observar os casos de Buenos Aires e de Berlim, Testoni e Teixeira (2019) afirmam que é possível perceber que o Design pode ser um caminho para o desenvolvimento sustentável de uma cidade. Com mecanismos e infraestruturas adequados é possível desenvolver políticas públicas sociais, económicas, culturais e tecnológicas que atuem de forma transversal e se complementem. Em ambos os casos é também percebida a importância da atuação conjunta entre os setores público e privado, que fomentam a inovação e desenvolvem tanto a EC como setores mais tradicionais de mercado.

A cidade de Brasília, foco deste estudo, foi reconhecida como Cidade Criativa do Design e passou a integrar a RCCU em 2017 (UNESCO, 2020a). Isso abre grandes oportunidades para o seu desenvolvimento sustentável, diante da possibilidade de aprendizado e atuação em rede com Berlin, Buenos Aires e outras cidades-membro.

3. Metodologia

O problema que esta dissertação busca resolver reside na seguinte questão: "Como é que a integração na Rede de Cidades Criativas da UNESCO contribui para a elaboração de políticas públicas que fortaleçam a Economia Criativa e estimulem o empreendedorismo criativo em Brasília?"

Para a sua resolução definiu-se o seguinte Objetivo Geral da pesquisa: "Identificar e analisar as contribuições da Rede de Cidades Criativas da UNESCO na elaboração de políticas públicas que fortaleçam a Economia Criativa e estimulem o empreendedorismo criativo em Brasília, entre 2017 e 2021".

Foram, ainda, traçados três objetivos específicos:

- Compreender a relação entre a Economia Criativa, Empreendedorismo Criativo e a proposta de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030;
- Compreender os conceitos relacionados com Cidade Criativa e com a Rede de Cidades Criativas da UNESCO;
- Analisar as políticas públicas do Distrito Federal voltadas à Economia Criativa e ao fomento do empreendedorismo criativo e suas implicações no Desenvolvimento Sustentável de Brasília.

A primeira parte deste estudo integra o Estado da Arte, em que são apresentados, nos capítulos 1 e 2, os principais conceitos e as ideias mais relevantes para a concretização desta investigação científica. A bibliografia multidisciplinar é apresentada de forma a se perceber como todos os assuntos acabam se interconectando e se complementando, deixando explícita a complexidade da temática aqui tratada.

Ferreira (2002) destaca que além de mapear e discutir as diferentes visões apresentadas nas produções académicas, a pesquisa do Estado da Arte também é importante para identificar o que já foi feito e o que falta ser investigado, permitindo ao investigador identificar os *gaps* e o intercâmbio de sua pesquisa com outras já realizadas. As fontes básicas para consulta e levantamento desses dados são principalmente os catálogos de universidades, de associações e órgãos de fomento de pesquisa.

Neste sentido, realizou-se nos meses de maio e junho de 2021, uma pesquisa por teses, dissertações, artigos e livros sobre o tema desta dissertação. A consulta foi realizada nos repositórios brasileiros Ibict OasisBr, BTDT – Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e nos das universidades UnB, USP, UFBA e UFRJ; nos repositórios portugueses RCAAP e das universidades do Porto e de Coimbra; no repositório europeu Openaire; no repositório da University of London; na Red de Repositorios Latinoamericanos; nas provedoras de bases de dados AATA Online, EBSCO Host, ISIS WebofScience, Scopus; no biblioteca digital Unesdoc, da Unesco; na rede social de pesquisadores ResearchGate; e no motor de busca Google, assim como em sua vertente acadêmica Google Acadêmico. Foram buscados pelos termos "Cidades Criativas", "Creative Cities", "UNESCO Creative Cities", "Criatividade", "Creativity" e "Brasília Cidade Criativa". Os resultados na busca por teses, dissertações e artigos foram filtrados de forma a serem apresentados apenas publicações a partir de 2017 – exceto na pesquisa sobre Brasília, onde não foi utilizado filtro.

Sobre a questão de Brasília enquanto cidade criativa, encontraram-se 3 dissertações e 2 artigos, sendo que apenas um artigo trata diretamente da questão de Brasília Cidade Criativa do Design e membro da RCCU – e, mesmo assim, com muito foco no turismo criativo. Dada a escassez de publicações, procedeu-se à busca por documentos públicos – como o dossiê de candidatura da cidade na RCCU – nos websites do Governo do Distrito Federal, mas mesmo estes não se encontram disponíveis na internet. Por ora, apenas constam algumas matérias jornalísticas, publicadas principalmente pela agência de comunicação social oficial do governo.

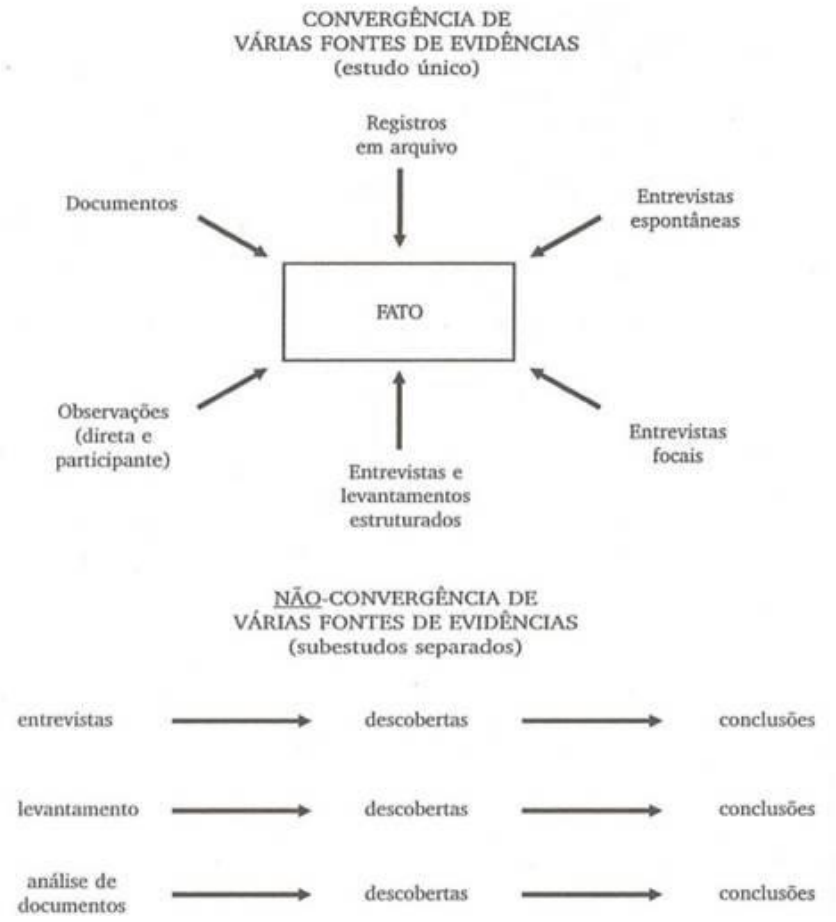
Após a identificação desse *gap*, decidiu-se que a pesquisa bibliográfica e documental inicial, que apresentou uma revisão de literatura com conceitos relevantes para a investigação, será complementada por uma pesquisa bibliográfica e documental específica e por uma pesquisa de campo que será realizada com a aplicação de entrevistas com roteiro semiestruturado. A intenção aqui é levantar informações específicas sobre o caso de Brasília enquanto cidade criativa da rede da UNESCO, portanto foram selecionados agentes do setor público, da iniciativa privada e da

sociedade civil que estejam relacionados com a Economia Criativa da cidade e/ou com a candidatura à RCCU.

A estratégia escolhida para esta investigação foi a de Estudo de Caso que, segundo Yin (2001, p. 15), preserva “as características holísticas e significativas dos eventos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores.” De acordo com o autor, a estratégia é pertinente quando a pesquisa foca em um evento contemporâneo, não exige controle sobre eventos comportamentais e busca responder a questões do tipo “como” ou “por que”.

A recolha de dados por meio da pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, entrevista semiestruturada e observação passa pela opção de triangulação de fontes de dados. De acordo com Yin (2001, p. 121), “O uso de várias fontes de evidências [...] permite que o pesquisador dedique-se a uma ampla diversidade de questões históricas, comportamentais e de atitudes. A vantagem mais importante, no entanto, é o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação [...]”.

Figura 5- Convergência e não-convergência de várias fontes de evidências.



Fonte: Cosmos Corporation, *apud* Yin (2001, p.122).

Para Marconi e Lakatos (2017), a aplicação de entrevista é uma técnica apropriada para se obter informações de entrevistados sobre determinado assunto com o qual estejam relacionados, permitindo, entre outros, averiguar fatos, determinar as opiniões sobre os fatos e descobrir planos de ação. Dentre as vantagens apontadas estão a oportunidade de se obter dados relevantes que não se encontram em fontes documentais, além da possibilidade de se conseguir informações mais precisas e de se esclarecer eventuais questões que surjam durante a conversa.

Foram realizadas entrevistas com roteiro semiestruturado, em que, segundo Quaresma (2005, p.75), "O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal." Para o autor, esse tipo de entrevista é útil quando se deseja manter o

direcionamento para o tema e para os objetivos pretendidos, além de ter a vantagem de poderem surgir questões não planejadas que são de grande valor para a pesquisa. Para Laville e Dione (1999, p.190), “A flexibilidade adquirida permite obter dos entrevistados informações muitas vezes mais ricas e fecundas, uma imagem mais próxima da complexidade das situações, fenômenos ou acontecimentos [...]”.

Para essas autoras, a flexibilidade atinge tanto as perguntas quanto as respostas. Permite que o entrevistador possa explicitar algumas questões, reformulá-las para se adaptar ao entrevistado ou alterar a ordem das perguntas para manter a coerência com o andamento da conversa.

Neste contexto, as perguntas elaboradas para esta pesquisa foram pensadas para seguirem a sequência infra, mas em diversas ocasiões, no decorrer das entrevistas, foram feitas em ordem diferente ou mesmo eliminadas, para se adaptar ao relato dos entrevistados. As questões foram:

- Quando é que a economia criativa se tornou um tema relevante no seu percurso? Como foi essa imersão?
- Como vê a relação entre a Brasília Política e a Brasília Criativa?
- O que significa para si o título "Brasília, Cidade Criativa do Design"?
- Que expectativas destaca para a participação de Brasília na RCCU?
- Na sua perspectiva, a Criatividade e o Desenvolvimento Sustentável têm estado no centro das políticas e planos do Governo? A adesão à RCCU influenciou essa posição?
- A imagem de Brasília, na sua população e no público externo, foi alterada com a adesão à RCCU? Em que sentido(s)?
- Como considera que tem ocorrido, na prática, a participação da Cidade na Rede?
- Que resultados pode identificar em diferentes áreas correlatas ao Desenvolvimento Sustentável da cidade, como Turismo, Mobilidade, Educação, Meio Ambiente...?

- No seu ponto de vista, quais os grandes potenciais criativos de Brasília que não estão sendo aproveitados?
- A partir da sua experiência, quais são as grandes dificuldades enfrentadas pela Economia Criativa e, especificamente, pelos empreendedores criativos em Brasília?
- Que impacto considera que teve a Pandemia de Covid-19 para a Economia Criativa de Brasília?
- Olhando para os últimos 5 ou 6 anos o que considera que mais contribuiu para tornar Brasília uma cidade mais inclusiva, segura, resiliente e sustentável?

Na preparação da entrevista, além do cuidado na elaboração das questões e na atenção para os objetivos definidos no planejamento, é também importante que se escolha um entrevistado que tenha familiaridade com o tema da pesquisa, e que seja garantida sua confidencialidade. Para esta pesquisa, foram convidados 12 profissionais que têm atuação relevante para o desenvolvimento da Economia Criativa de Brasília. Dessas, quatro pessoas se dispuseram a participar da pesquisa, mas as entrevistas não foram efetivadas por motivo de incompatibilidade de agendas ou de não prosseguimento da conversa por parte dos convidados; uma pessoa respondeu apenas por e-mail, informando que não tinha com o que contribuir para a temática apresentada; e as outras sete entrevistas foram efetivadas, de fato.

A pessoa que se recusou via e-mail atua como agente público na área de Economia Criativa, com vinculação ao Governo Atual. As sete pessoas entrevistadas foram: dois profissionais de design, de diferentes especialidades e vinculados a associações profissionais de suas respectivas áreas; dois empreendedores criativos, um da área de eventos e outro de turismo criativo; um produtor cultural da área de audiovisual e conselheiro de cultura; um pesquisador e consultor de economia criativa; e um pesquisador de economia criativa e ex-agente público na área de Economia Criativa, com vinculação ao governo anterior. Desses, quatro colaboraram direta ou indireta com o processo de candidatura de Brasília à RCCU, enquanto os outros três apenas acompanharam a questão de forma mais passiva.

Essas sete entrevistas foram realizadas entre os dias 17 de maio de 2022 e 03 de junho de 2022, em dias ou turnos distintos, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados. Todas foram feitas por aplicativo de videoconferência via internet, uma vez que o entrevistador se encontrava na cidade do Porto, em Portugal, enquanto os entrevistados estavam na capital brasileira. As entrevistas foram realizadas com áudio e vídeo ligados o tempo todo, com exceção de uma em que o vídeo precisou ser desligado após alguns minutos de conversa, devido à instabilidade da conexão com a internet, o que não impediu que a conversa fosse concluída apenas com áudio. A duração aproximada de cada conversa foi de 1 hora e 30 minutos, sempre buscando manter o foco da conversa no problema de pesquisa e nos objetivos previamente estabelecidos.

4. Brasília, Cidade Criativa do Design

4.1. Pesquisa bibliográfica e documental

4.1.1. A Economia Criativa de Brasília

A UNESCO apresenta Brasília em sua RCCU como sendo aquela "classificada como a cidade mais criativa do país, que abriga um cenário artístico florescente" (UNESCO, 2020a), com uma EC que representa 3,7% do PIB da cidade. De acordo com dados do IBGE[9], o PIB de Brasília em 2019 foi de aproximadamente R$ 274 bilhões, sendo o terceiro maior do Brasil. Sua população em 2021 é estimada em aproximadamente 3 milhões de habitantes.

Um estudo da Companhia de Planejamento do Distrito Federal (CODEPLAN) mostrou que, em 2018, havia uma maior participação da cultura na economia do Distrito Federal do que na maioria dos Estados brasileiros. Dados da pesquisa apontaram que EC empregava em torno de 4% do total de trabalhadores, em 2016, distribuídos em segmentos culturais ou relacionados à cultura, em ocupações criativas ou não. Isso colocava o DF como o terceiro Estado com maior participação de EC no mercado de trabalho formal, atrás apenas de Amazonas e de São Paulo, e em quarto lugar quando considerado em relação ao segmento da Cultura (CODEPLAN, 2018).

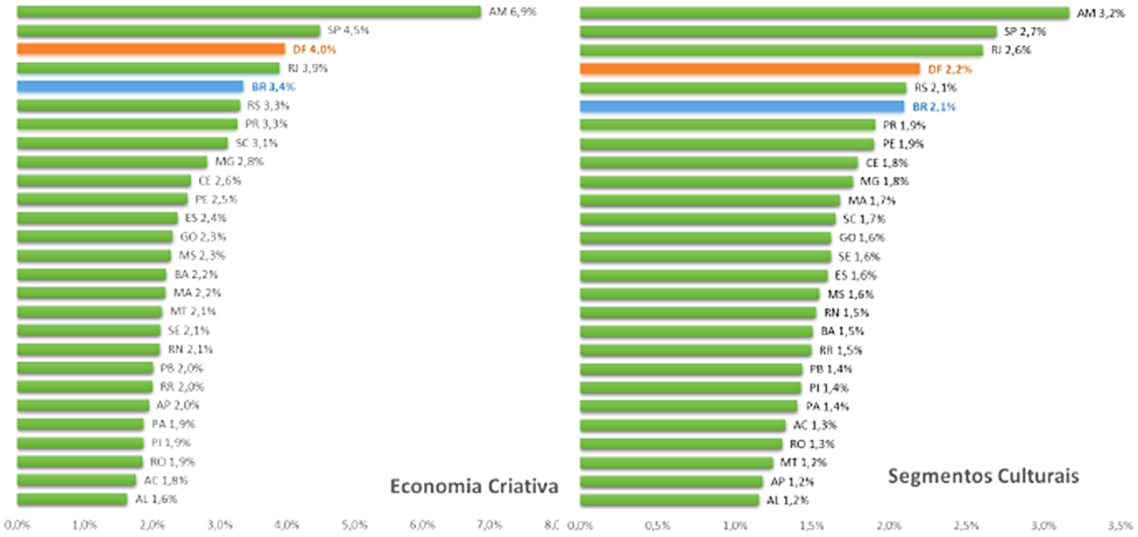
[9] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dados sobre Brasília acessados em 07/03/2022, às 16:30, pelo web link https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasilia/panorama

Tabela 10- Resumo da Economia Criativa Formal do Distrito Federal - Abordagem ocupacional e setorial - 2016

	Economia Criativa				
	Segmentos culturais	Segmentos Relacionados à Cultura	Economia Criativa	Outros segmentos	Total
Ocupações criativas	5.514	354	5.868	11.410	17.278
Outras ocupações	17.074	17.773	34.847	973.704	1.008.551
Total	22.588	18.127	40.715	985.114	1.025.829

Fonte: CODEPLAN, 2018

Figura 6- Participação da Economia Criativa e dos Segmentos Culturais no Total de Empregos Formais - Brasil e Unidades Federativas - 2016



Fonte: CODEPLAN, 2018

Outra conclusão do levantamento foi que trabalhadores em ocupação criativa e cultural rendia, em média, um salário maior do que os de outros setores no DF – sendo mais ainda mais valorizadas quando inseridas no segmento criativo (CODEPLAN,2018). Em outro estudo, a Firjan (2019) identificou, ainda, que em 2017 o DF apresentava uma das maiores remunerações de profissionais criativos do Brasil, juntamente com São Paulo, Amazonas e Rio de Janeiro. Entretanto, de acordo com a CODEPLAN (2018), a EC paga salários mais baixos do que outros segmentos económicos do DF. Isso se explica pelo

alto percentual de servidores públicos atuando na cidade, uma vez que o setor público pode pagar salários até 76% maior do que a iniciativa privada (Rosa, 2017).

Um outro estudo da CODEPLAN, que buscou mapear a EC local, identificou que houve um maior crescimento de empreendedores culturais do que de não culturais na região.

> Houve um aumento geral do número de MEI em todas as categorias: culturais, não culturais e relacionadas à cultura. Mas os registros de MEI do segmento cultural tiveram um crescimento muito superior em relação aos demais, numa média de 29,49% ao ano a partir de 2010, enquanto a taxa de crescimento dos não culturais foi de 14,34% a.a.. A taxa dos relacionados indiretamente à cultura foi de 12,91% ao ano (Nocko e Schlabitz, 2018, p. 16).

A entidade defende que isso pode ser um indicativo de tendência da EC em gerar mais empregos e crescimento económico, frente a outros setores da economia. Ainda aponta uma concentração de microempreendedores culturais em determinadas regiões, o que afirma ser uma oportunidade para a criação de cluster culturais que podem provocar um desenvolvimento económico e social local (Nocko e Schlabitz, 2018).

Silva e Ziviani (2020) reforçam que Brasília é um dos principais centros de produção cultural do Brasil, ainda que esteja longe da dinamicidade presente no tradicional eixo Rio-São Paulo. Entretanto, os autores apontam que apesar disso e da pluralidade cultural, o Distrito Federal sofre com desigualdades tanto sociais quanto no acesso à cultura. O problema, afirmam, é reconhecido pelo poder público, que se esforça em descentralizar a cultura, aumentar a participação social e melhorar a distribuição de recursos.

Há um déficit de participação social qualificada e também de políticas culturais em Brasília (Silva e Ziviani, 2020). Isso vai ao encontro da observação da HKU, de que o valor das indústrias culturais e criativas ainda não foi suficientemente reconhecido e traduzido na arena política, apesar de diversas iniciativas nas últimas décadas (Global Entrepreneurship Research Association, 2021).

4.1.2. O Design e a participação de Brasília na RCCU

Brasília foi aceita como cidade-membro da RCCU na área de Design em outubro de 2017, em sua segunda tentativa de entrar na rede – a primeira foi em 2015, na área da música. De acordo com Santos et al. (2020), foi feita uma pesquisa ainda em 2015 que levou à mudança de foco e a candidatura lançada em junho de 2017 optou pelo Design, influenciada pela famosa arquitetura da cidade.

Brasília, que é uma cidade totalmente planejada e que se destaca pelo Design desde suas origens (ver Figura 7), também é tombada como Património Cultural da Humanidade pela UNESCO e em 2017 completaram 30 anos deste reconhecimento. Este fato, segundo a fonte de notícias oficial do Governo do Distrito Federal (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2017b), também serviu como motivação para a candidatura na RCCU na ocasião.

Figura 7- Linha do tempo - Brasília e o Design



Fonte: Mapa Brasília Cidade Criativa do Design, 2018

Esse reconhecimento pela UNESCO foi um dos objetivos do Plano de Turismo Criativo de Brasília, lançado no final de 2016 pelo Governo do Distrito Federal, e construído a partir da parceria entre a Secretaria Adjunta de Turismo e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Distrito Federal (Sebrae-DF). O documento defende que "o desenvolvimento de uma cidade criativa somente terá resultado perene, longevo e sustentável, se contar com o envolvimento do governo, do setor privado e da sociedade civil" (Governo do Distrito Federal, 2016).

Com a entrada na RCCU, a intenção de Brasília é que isso fortaleça o seu setor de Design e as relações com os diferentes stakeholders, desenvolvendo um ambiente de oportunidades para designers e criando uma cadeia de suprimentos para IC. Busca também posicionar cultura e criatividade como pilares para o desenvolvimento sustentável, reforçando o Plano de Cultura com estratégias para serem desenvolvidas ao longo de dez anos. A intenção também é tornar Brasília uma referência em inovação, criatividade, cultura e turismo, ao mesmo tempo em que se engaja em projetos com outras Cidades Criativas de Design (UNESCO, 2020a).

Como consequência da entrada para a RCCU, em 2017 o governo declarou a intenção de priorizar a criatividade regional e impulsionar a inclusão social e cultural, com foco num desenvolvimento sustentável que dialogue com a Agenda 2030 e com a Nova Agenda Urbana propostas pela UNESCO (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2017b). Nessa declaração, a proposta era que nos quatro anos seguintes fossem investidos recursos e criadas políticas públicas específicas para impulsionar iniciativas promissoras relacionadas com Design na EC e que tivessem impacto na qualidade de vida da população.

Conforme já observado neste estudo, o Design é, segundo a ONU (UNCTAD, 2018), um dos principais setores de desenvolvimento e inovação das IC, a ser observado juntamente com Moda e Cinema, por serem os três setores que representam a maior parte do comércio mundial de produtos criativos. Silva e Ziviani (2020, p. 220) apostam nesse potencial, ao defenderem que “Brasília tem nos serviços seu dinamismo central e encontra na economia da criatividade a sua área mais promissora”.

No entanto, Santos et al. (2020) lembram que, por ser capital administrativa do país, Brasília é marcada como sendo apenas cidade política. Há, portanto, uma dificuldade em mudar essa imagem, ainda que a cidade conte com os reconhecimentos da UNESCO, com a forte identidade cultural, com uma riqueza de recursos naturais, com as manifestações artísticas diversas e com um grande potencial turístico.

Como consequências positivas de ser capital do país, o governo aponta a atração de atores com uma grande diversidade cultural, em diversos setores criativos, como gastronomia e música, além do Design (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2017a). A arquitetura e

projeto urbanístico da cidade servem de inspiração para sua classe criativa, que se apropria de elementos simbólicos da cidade para produzir novas criações a linguagens em diversos segmentos do Design (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2017b). Além disso, há uma preocupação pela classe criativa da cidade em ocupar e utilizar as áreas públicas para manifestações artísticas, culturais e de lazer (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2020).

4.1.3. A candidatura de Brasília à RCCU

Diferente de outras cidades-membro[10], Brasília não disponibilizou o dossiê de sua candidatura à RCCU. Após exaustivas buscas, só foi possível consultar o material após solicitação à Ouvidoria da Secretaria de Turismo do Distrito Federal, via Lei de Acesso à Informação. Em abril de 2022 foram disponibilizados para esta investigação o Dossiê de candidatura de Brasília à RCCU, produzido em 2017, e o Relatório de Monitoramento enviado à UNESCO, que foi produzido em 2021 e apresenta os resultados alcançados e as contribuições à RCCU nos primeiros quatros anos (2017-2020) como Cidade Criativa do Design.

O dossiê apresenta Brasília como a cidade que possui o maior PIB per capita do Brasil e quarto maior da América Latina, em que se encontram mais de 60 centros culturais e museus, além de receber grandes eventos criativos, como a Bienal de Design, a Campus Party, o Festival Internacional de Jazz e o Festival de Cinema Brasileiro. Destaca, ainda, alguns reconhecimentos, como o de cidade mais criativa do Brasil e de Capital Americana da Cultura. Reforça ainda a sua diversidade cultural por ser capital do Brasil e receber influência de todas as regiões do país na construção de sua identidade, além de abrigar mais de 120 diferentes embaixadas e organismos internacionais em seu território, que colaboram para que seja uma cidade criativa, inovadora e colaborativa. Além disso, menciona que Brasília foi considerada pela Federação de Comércio de São

[10] Por exemplo, no website do Observatório da Gastronomia, que está atrelado ao Programa Florianópolis Cidade Criativa UNESCO da Gastronomia, estão disponíveis os dossiês de candidatura das cidades brasileiras de Florianópolis, de Paraty e de Belo Horizonte (http://observagastronomia.com.br/dossies-de-candidaturas, acesso em 04/05/2022, às 12:13).

Paulo como a cidade que melhor possui condições favoráveis para atrair e reter talentos criativos no Brasil.

Dentre as principais oportunidades de desenvolvimento e desafios que a cidade pode enfrentar usando a criatividade, é mencionada a questão de como se preservar um Património Cultural da Humanidade quando este está inserido na rotina diária dos cidadãos de Brasília. Além disso, defendem que a EC da cidade pode ser impulsionada se o potencial criativo do design for corretamente aproveitado, fomentando a cocriação de soluções para a cidade e valorizando a produção local e o seu turismo.

O dossiê elenca os principais impactos esperados para o desenvolvimento sustentável de Brasília, com a entrada na RCCU: a formalização de um canal de aprendizado e de troca de boas práticas,que possibilite o estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento urbano da cidade; uma maior integração da comunidade na busca por novas soluções para a cidade, ao passo em que promove as vocações de seus cidadãos e estimula a ocupação responsável de seus espaços; representa uma oportunidade de conexão e integração para designers, Governo, Academia, empreendedores e lideranças sócioculturais; espera-se, ainda, conseguir divulgar uma Brasília criativa, com origens no modernismo e que busca soluções inovadoras para desafios contemporâneos.

Uma das condições para participação na RCCU é a apresentação de um plano de ação de médio prazo, que deve ser executado ao longo dos primeiros quatro anos como cidade-membro, que tenha como objetivo usar a criatividade como condutora do desenvolvimento sustentável. O dossiê de candidatura de Brasília apresenta as principais iniciativas que a cidade se compromete a executar, a nível local e internacional, para o alcance dos objetivos da RCCU:

Tabela 11- Principais iniciativas que a cidade se compromete a realizar, em quatro anos

LOCAL	**Programa Território Criativo**	Consiste em promover o desenvolvimento integrado das regiões do Distrito Federal, a partir da promoção de sua Economia Criativa diversificada. O programa visa ampliar e qualificar seus campos culturais, fortalecer o empreendedorismo criativo e incentivar a descentralização territorial.
	FID – Feira de Inovação e Design	Consiste em uma feira bianual para reunir produtoras, associações, universidades, redes empreendedoras e sociedade civil para discutir

		inovação e design. O objetivo é promover disseminação de conhecimento, integração, cooperação técnica, inclusão e aproximação entre empreendedores.
	Observatório de Ações Criativas	Consiste em uma iniciativa para monitorar as ações criativas e demais iniciativas de promoção do Design na cidade. Objetiva melhorar a transparência e controle social e estabelecer um canal permanente de conexão entre diversos os atores envolvidos.
INTERNACIONAL	**Ações com Detroit**	Objetiva promover troca de experiências e de projetos com Detroit, devido ao histórico de reinvenção da cidade.
	Ações com Buenos Aires	Objetiva promover troca de experiências com Buenos Aires, principalmente no que diz respeito aos Distritos Criativos da cidade.
	Ações com a Comunidade de Países de Língua Portuguesa	Objetiva promover troca de experiências relacionadas com inovação, com pelo menos três países membro do grupo, preferindo os do Continente Africano.

Fonte: UNESCO Creative Cities Network 2017 Call for applications - Application Form Brasília (Governo do Distrito Federal, 2017)

Já o Relatório de Monitoramento 2017-2020, enviado à UNESCO em 2021, visa o cumprimento de um dos compromissos de Brasília como cidade-membro da RCCU, de relatar a cada quatro anos os resultados alcançados com o título de Cidade Criativa. No Sumário Executivo é relembrado que Brasília foi considerada a melhor cidade para atrair e reter talentos criativos, principalmente devido aos seus ambientes económico e social, que proporcionam um padrão de vida equiparável aos melhores do mundo. Informa também que é a Unidade da Federação que apresenta o maior número de mestres e doutores por habitante, no Brasil. Compara também a EC do DF, que responde por 4% do emprego formal, enquanto a média brasileira é de 2,1%, o que faz com que figure entre as três maiores do país desde 2006.

Destaca também a importância do Design para Brasília, reforçando tanto seu valor histórico quanto seu caráter estratégico no desenvolvimento de soluções em diversas áreas, como mobilidade urbana, infraestrutura tecnológica e capacidade produtiva. Design é o setor que mais se destaca em sua EC, representando mais da metade dos Microempreendedores Individuais registrados. Além disso, a existência de uma sólida rede de instituições de ensino superior dedicadas ao Design contribui para a educação formal do setor. Além da importância económica, o Design desempenha um papel importante como ambiente de diálogo e de cooperação no ecossistema de inovação.

Dentre as contribuições de Brasília para o programa global da RCCU, é mencionada a participação da cidade em oito conferências realizadas por outras cidades criativas, entre os anos de 2018 e 2020. Além disso, cita algumas ações realizadas para promover Brasília como Cidade Criativa do Design, como: a elaboração de mapas e roteiros turísticos; o desenvolvimento de passeios e guias turísticos virtuais durante a Pandemia de Covid-19; a execução de dois projetos visando destacar a produção do Design local; e a designação de recursos financeiros para o desenvolvimento de projetos e ações de promoção da EC.

As principais iniciativas implantadas em nível local, listadas pelo documento, são:

Tabela 12- Principais iniciativas adotadas em nível local para alcançar os objetivos da RCCU

2020	**Julho Em Quatro Athos**	Conferências virtuais realizadas em ocasião do aniversário de Athos Bulcão
	Outubro Criativo	Conferências virtuais realizadas em razão dos 3 anos como Cidade Criativa do Design pela UNESCO
	Conexão Artesanato e Design na Economia Criativa	Seminário realizado para discutir desafios e oportunidades para as cadeias produtivas de artesanato e de design para tempos de Pandemia.
	Brasília Iluminada	Projeto de decoração de fim de ano implantado na região central
	Selo CAU/DF – Arquitetura Brasileira	Iniciativa que visou destacar a arquitetura não monumental da cidade e difundir o reconhecimento de seu valor histórico e cultural
	Janelas Casacor	Exposição de projetos inovadores de design e design de interiores, realizada ao ar livre como forma de adaptação à Pandemia
	Brasília VR – sobrevoo sobre a capital	Projeto de realidade virtual que permitiu aos público simular uma experiência de vóo de planador pela cidade
2019	**Reabertura do Centro de Atendimento ao Turista (CAT) da Torre de TV Digital**	Espaço físico de atendimento ao turista com foco na promoção do Design produzido em Brasília, montado com apoio de associações de Design e que também conta com exposição permanente de design autoral
	Árvore dos Desejos da Cidade Criativa	Instalação interativa e itinerante, intensiva em design, desenvolvida para informar a sociedade dos planos da Cidade Criativa
	Mercado Território Criativo	Feira dedicada à apresentação e realização de produtos e serviços criativos, além de qualificação de empreendedores locais
	Art Design - conexão, criatividade e inovação	Exposição que buscou apresentar as diversas interfaces entre Design e diversas áreas, como saúde, mobilidade e sustentabilidade
	Câmara de Economia Criativa (FECOMERCIO)	Criada pela Federação de Comércio do DF, em parceria com Governo e iniciativa privada, que funciona como fórum para articular ações de Economia Criativa

2018	**Brasília Cidade Design (BCD)**	Foram realizadas duas edições desta exposição, que promoveu cerca de 60 designers gráficos com seus produtos relacionados com ícones arquitetónicos da cidade
	EXPO Brasília Design	Exposição de design autoral que buscou apresentar a diversidade da produção contemporânea de Brasília
	BSB Plano das Artes	Projeto educacional que aproximou artistas visuais do público, visando uma reflexão acerca da arte independente
	Exposição "Desenhando para um Palácio: o Itamaraty e o Design Brasileiro"	Exposição de mobiliários e de design gráfico brasileiros dos séculos XVIII ao XX, que foram utilizados pelo órgão diplomático brasileiro
	Quadradinho Afetivo, 2018 - 2020	Desenvolvimento de mapas afetivos da cidade, como o de árvores frutíferas espalhadas pela cidade, o de restaurantes, o de cafés, etc
	Mapa Design Brasília, 2018 - 2020	Iniciativa que mapeou a comunidade de designers e de talentos criativos do Distrito Federal
	Diagnóstico do Design do Distrito Federal	Produzido pelo Instituto Brasileiro de Instituições de Ciência e Tecnologia (IBICT), tratou-se de um diagnóstico demográfico, setorial, económico e territorial do design do DF para subsidiar as decisões de Políticas Públicas para o setor
	Escala Brasília	Maquete de Brasília em grande escala, que permite uma experiência em 4 dimensões a partir de recursos audiovisuais
2017	**Projeto Território Criativo, 2017 - 2019**	Projeto que busca fomentar o empreendedorismo criativo por meio de educação e qualificação de artistas, empresários e agentes culturais do DF, por meio de ampla oferta de encontros
	Concurso Marca Brasília	Concurso de design gráfico, aberto ao público e com votação popular, que elegeu uma logomarca para a comemoração do aniversário de Brasília

Fonte: UNESCO Creative Cities Network Monitoring Report 2017-2020 - Brasília, Brazil (Secretaria de Turismo do Distrito Federal, 2021)

Por fim, o documento também apresenta um plano de ação para os quatro anos seguintes (2021-2024), em que propõe a implementação de 2 iniciativas em nível local (acordos de cooperação técnicas com Cidades Criativas do Design; e acordos de cooperação técnica com outras cidades criativas), 4 projetos em nível local (Centro Brasiliense de Inovação em Design; Laboratório SESI; design de experiências turísticas; e o Panorama da Economia Criativa do DF) e 6 projetos a nível internacional (Semana de Design de Brasília; Corredor Turístico Cultural da W3; Destino Turístico Inteligente; *Web Série* – Brasília Rota Criativa do Brasil; Brasília, património mundial em VR; e Brasília Audioguiada – museu a céu aberto).

4.2. Percepções e reflexões a partir da análise de dados

Tomando como ponto de partida as questões formuladas nas entrevistas semiestruturadas realizadas, analisam-se de seguida os resultados obtidos e as principais perceções e reflexões expressas e extraídas.

4.2.1. Da Brasília Política à Brasília Criativa

Ao serem questionados sobre a relação entre o perfil de Brasília enquanto cidade política e o perfil enquanto cidade criativa, de forma geral os entrevistados consideram natural a vinculação da imagem da cidade com a Política, sendo algo inerente à condição de capital do país. Foi lembrado que a própria economia da cidade também é muito ligada ao setor público, devido à grande quantidade de servidores públicos que moram ali. Para Brasília enquanto cidade criativa, foram mencionados tanto fatores negativos quanto positivos provocados por esse vínculo com a política.

Como ponto negativo, levantou-se a questão da imagem da cidade, que fica refém da situação política do Brasil, e muitas vezes é culpada pelos erros dos agentes políticos. Para alguns entrevistados, isso gera um preconceito e dificulta para que as pessoas deem uma chance à criatividade da cidade. Em uma das entrevistas houve o relato:

> *O meu trabalho começou numa missão de posicionar Brasília do ponto de vista cultural e criativo, porque era a forma que eu acreditava que ia mudar o posicionamento de imagem de Brasília. Brasília é bombardeada por uma mídia muito negativa, que pouco expressa o que a cidade vive realmente pelos moradores*.

Os entrevistados garantem que apesar de haver uma grande parcela da população que só conhece a cidade pelo viés político, existe um grupo considerável de pessoas ligadas à cena criativa e cultural que conhecem a produção brasiliense e o potencial criativo da cidade. Neste meio, a criatividade de Brasília é muito valorizada e já recebeu prémios em áreas como circo, teatro e audiovisual.

Um ponto positivo dessa relação, que foi mencionado, é o maior acesso a recursos públicos. Seis dos entrevistados destacaram a importância do Fundo de Apoio à Cultura (FAC) do Distrito Federal, apontado por alguns como um dos mais robustos do país, proporcionalmente. Um aspecto negativo que levantaram sobre isso é que esta condição deixa a economia criativa dependente de recursos públicos e leis de incentivo, dificultando o desenvolvimento de uma visão mais própria de mercado.

Também foram apontados como pontos positivos a presença de organismos internacionais na cidade e a proximidade com as embaixadas de diversos países. A grande presença de políticos e legisladores na cidade foi enxergada como oportunidade por alguns entrevistados, ao mesmo tempo em que foi criticada a postura de distanciamento dos políticos com relação à cena criativa e cultural.

Ao serem questionados sobre a consideração do governo quanto à criatividade em seus planos, foi relatado que a produção cultural e criativa de Brasília é resultado da ação e da pressão de sua classe criativa, não necessariamente de iniciativas do governo. Mesmo a candidatura à RCCU foi algo que partiu das pessoas que ocupavam determinados cargos na ocasião, não fazendo parte propriamente de um planejamento do governo.

A mudança de nomenclatura da Secretaria de Cultura para Secretaria de Cultura e Economia Criativa foi lembrada por dois dos entrevistados como uma possível atenção à questão criativa nas políticas públicas. Mas destacaram que não perceberam resultados práticos para além do novo nome, não identificando maiores investimentos ou ações por parte do governo. A recente extinção do Ministério da Cultura, em nível Federal, foi lembrada por dois dos entrevistados, que ressaltaram ser um fato que afeta a Economia Criativa local, uma vez que se perde apoio técnico e financeiro para diversos projetos que eram tocados em parceria entre as duas esferas de governo.

Apenas um dos entrevistados defendeu que há uma atenção do governo local em prol da classe criativa, mencionando inclusive que foi convocado para encontros promovidos pela Secretaria de Economia para tratar de questões relativas à Economia Criativa no

período pós pandemia. Conforme o relato, o interesse da pasta de Economia com as questões de Cultura e Economia Criativa foi algo inédito.

Esse mesmo entrevistado mencionou que a criação e aplicação de leis de incentivo e de financiamento em favor da Cultura local, durante o período da Pandemia de Covid-19, são elementos que mostram a atenção do governo à classe criativa. Entretanto, em outra entrevista, foi relatado que tanto a criação das leis quanto sua aplicação só aconteceram após muito esforço da classe criativa contra a burocracia e a resistência do governo.

As políticas públicas foram consideradas como conservadoras nas entrevistas. Um dos entrevistados sugeriu que a Secretaria de Cultura e Economia Criativa enxerga os recursos aplicados com Cultura como algo de caráter meramente assistencialista para a classe criativa, não enxergando o caráter estratégico da Criatividade. Para os entrevistados, o potencial da Economia Criativa ainda não foi percebido pelo governo.

4.2.2. A Brasília Criativa

Todos os entrevistados destacaram o caráter multicultural da cidade como um grande diferencial na construção da identidade cultural de Brasília. A mistura de diversas identidades e tradições do Brasil potencializa a própria cultura da cidade. Além da diversidade na produção criativa e cultural do DF, foi também exaltada a sua alta qualidade, sendo inclusive premiada em diversos setores. Reforçam que o reconhecimento vai além das fronteiras do Distrito Federal, sendo a produção criativa brasiliense muito conhecida e respeitada no meio criativo cultural do país. O talento da classe criativa de Brasília foi destacado por todos, em diversos momentos. Foi também mencionada como sendo um grande potencial criativo que poderia ser mais bem aproveitado se contasse com um melhor apoio.

Consideram a cidade democrática e acolhedora para as pessoas, independente de classe social ou origem regional. Foi mencionado que a diversidade de público é bem vista pela Economia Criativa local, e que acreditam ser um fator que enriquece a cultura e a criatividade da cidade. Nos termos de um dos entrevistados:

Acredito que quanto mais diferente, mais rico é; quanto mais diferenças eu tenho dentro de um organismo, mais rico é esse organismo. E a gente acredita que esta é uma das essências de Brasília: refletir todas essas diferenças do nosso país.

Com relação ao espaço público da cidade, foi lembrado que a cidade de Brasília, em si, é uma cidade nova e que ainda passa por uma fase de crescimento e amadurecimento, diferente de outras cidades criativas que passaram por períodos de crise pós-industrial antes de serem resgatadas pela classe criativa. Mencionaram, ainda, que no período em que a cidade se preparou para a Copa do Mundo e para as Olimpíadas, muitos dos espaços foram reformados e por isso se encontram em bons estados de conservação, dignos de serem usufruídos pela população. E os eventos criativos que acontecem na cidade ajudam a incentivar a descoberta desses espaços e sua utilização pela população.

O FAC foi citado de forma espontânea por 6 dos entrevistados, que destacaram ser um fundo financeiramente robusto, em comparação com outras cidades, e de grande importância para o desenvolvimento da Economia Criativa local, pois permite o desenvolvimento de diversos projetos no DF.

Entretanto, apesar de o FAC ser um destaque positivo, afirmam que o recurso poderia ser mais bem utilizado. As críticas que surgiram não foram quanto à quantidade de recursos disponíveis, mas quanto à sua aplicação não muito eficiente. Foi relatado que nos últimos anos tem sido mais difícil de acessar o recurso e que este não tem sido utilizado completamente, destacando ainda que em anos anteriores havia mecanismos que facilitavam o acesso das classes criativas a esses recursos. Foi sugerido, ainda, que é pertinente buscar uma diversificação de modelos de financiamento, pois a Economia Criativa local é muito dependente desse recurso.

É uma questão que não é a quantidade de grana, porque a gente tem o Fundo de Apoio à Cultura e a Lei de Incentivo da Cultura – que, em termos de volume de recursos, você não tem nada parecido no Brasil, proporcionalmente pra escala da cidade, se você pegar com um parâmetro a população. (...) É a necessidade de você ter um ecossistema mais complexo e mais rico de modelos de financiamento.

Também sobre a questão financeira, foi abordada a questão do poder aquisitivo da população de Brasília. Apesar de ter uma parcela considerável da população que conta com altos rendimentos, afirmam que alguns segmentos da EC ainda não conseguem atingir esse mercado consumidor. As exceções mencionadas foram alguns segmentos do Design voltados justamente para esse público. Ainda sobre o fator financeiro, os altos custos da cidade foram apontados como dificultadores para os empreendedores criativos, sendo empecilho até mesmo para atuar no mercado nacional e internacional, uma vez que isso afeta o preço dos produtos e sua competitividade.

Enquanto as leis de incentivo e de financiamento podem ajudar, algumas leis aplicadas à Economia Criativa foram apresentadas como dificultadoras para a classe criativa em Brasília. A Lei do Silêncio foi citada por dois entrevistados como sendo um empecilho e uma limitadora da atuação de iniciativas culturais na cidade. Na questão de eventos, foi mencionada a existência de uma legislação que aumenta os riscos dos empreendedores criativos, porque joga muita responsabilidade para os organizadores, isentando o Estado de eventuais problemas que possam acontecer nas proximidades das feiras e dos festivais, ainda que fora dos limites físicos em que estão sendo realizados.

Outro ponto percebido nas entrevistas foi que a atuação em rede se mostra como uma oportunidade real de se potencializar a Economia Criativa. As classes criativas que conseguiram se unir e se organizar – especificamente o caso dos profissionais de Design, que se aproximaram em ocasião da candidatura à RCCU – perceberam benefícios nos últimos anos. Entretanto afirmam que há a necessidade de mais conexões. Os eventos criativos da cidade e as iniciativas de turismo que foram citados nas entrevistas também mostram que é possível impulsionar diversos segmentos quando atuam em cooperação. Em diversas ocasiões mencionaram, também, que a presença de embaixadas em Brasília representa uma grande oportunidade para a EC local, seja como vitrine para o mundo, seja como canal de cooperação técnica.

Foi ainda mencionado que existem estudos em andamento que buscam ampliar o conhecimento da Economia Criativa do DF e melhorar essa comunicação e conexão entre as classes criativas. Foi defendido pelos entrevistados que unir os grupos que hoje não estão conectados pode potencializar a produção criativa da cidade. A dificuldade

em ter dados que facilitam a tomada de decisões e a atuação de forma estratégica também foi ressaltada em diversas ocasiões das entrevistas, um problema que pretendem amenizar com esses estudos que estão sendo providenciados.

4.2.3. A participação de Brasília na Rede de Cidades Criativas da UNESCO

Para os entrevistados, a entrada de Brasília na RCCU significa uma possibilidade de destacar a criatividade da cidade e apresentar seu lado não político para diferentes públicos. Foi também observada como uma oportunidade de aproximar a classe criativa da cidade e de criar conexão com criativos de outras cidades. Nesse sentido, a entrada na RCCU representa um momento importante para promover a discussão sobre a Economia Criativa e despertar interesse de diferentes públicos, promovendo mudanças de mentalidade e de percepção. Conforme observado em uma entrevista:

> *Se a gente nem tivesse entrado, todo esse pensamento crítico não estaria sendo desenvolvido. Você provavelmente não estaria aí pensando nisso, eu não estaria aqui, e nem outras pessoas que estão interessadas nisso e que podem criar uma massa crítica para nascer algo diferente*.

Durante as entrevistas, também foi comentada a chance de que essa chancela da UNESCO vire apenas um "título na parede", sem muitas consequências, pois ressaltam que o reconhecimento por si só não traz resultados. Defendem que é necessário haver ação e políticas públicas provocadas por esse reconhecimento.

A proposta de participação de Brasília na RCCU foi apontada por alguns como limitada. Em alguns momentos, apontaram que essa se restringiu apenas à questão do Turismo e a segmentos muito elitizados do Design, não envolvendo todo o potencial que a criatividade, a Cultura e os espaços públicos da cidade podem oferecer para o desenvolvimento do DF. Mesmo a proposta turística foi criticada, por entenderem que não foram consideradas as diversas possíveis experiências que o visitante poderia experimentar. Também foi utilizado o termo elitista, por entrevistados que afirmaram

que a proposta não aproveita o potencial criativo e diversificado do DF, nem mesmo da diversidade que existe no próprio setor de Design.

> *Aquilo que eu vi foi uma lista extremamente elitista de lugares realmente incríveis, lindos, gourmets. Então me pareceu uma lista extremamente elitista, direcionada para um público muito específico, como se o turismo fosse atender essa única linha. Eu achei absolutamente insatisfatório (...). Não corresponde, não entra na cidade, não mostram os parques da cidade, não aquece culturalmente, artisticamente a cidade. [...] Foi proposto pro Distrito Federal um projeto, no meu entendimento, tímido no que diz respeito ao potencial artístico e cultural que a cidade oferece."*

A respeito das expectativas na ocasião da candidatura de Brasília à RCCU, um dos entrevistados que teve acesso aos documentos e que acompanhou o processo, apontou que a proposta se limitava ao desenvolvimento do turismo, com intenções mais voltadas para uma imagem externa do que para um público interno. Um outro entrevistado, que também se envolveu com o processo na época, argumentou que a expectativa era que o turismo tivesse um efeito transdisciplinar no desenvolvimento sustentável da cidade.

Outros entrevistados, que não estiveram envolvidos com o processo de candidatura, apontaram como expectativa o potencial de desenvolver uma atuação em rede para troca de experiências, que poderia inclusive ser facilitada pela presença de embaixadas. Também citaram a expectativa de que pudessem ser apresentadas novas formas de incentivo, de investimento, de divulgação e de apoio por parte do governo ou de organismos internacionais. Outra expectativa levantada foi de que poderia ser uma oportunidade para desenvolver uma Política de Estado, que não ficasse refém da descontinuidade das mudanças de governo.

Sobre esse último ponto, foi mencionado que, de fato, o discurso se enfraqueceu com a troca de governo. A entrada na RCCU ocorreu no final do ano de 2017 e novas eleições ocorreram logo em 2018, que ocasionou em uma troca de governo. Uma dificuldade apontada por muitos foi a questão da descontinuidade das políticas públicas, porque em sua maioria são planos de Governo e não de Estado, o que deixa as iniciativas refém da continuidade da gestão dos governantes.

Foi relatado, ainda, que muitas das iniciativas criativas e culturais que aconteceram foram provocadas pela própria classe criativa da cidade, e não por meio de políticas públicas. A própria movimentação pela candidatura foi atribuída, por alguns dos entrevistados, às pessoas que estavam à frente da pasta de Turismo na ocasião, e não por constar, propriamente, nos planos de governo.

Um dos entrevistados, que se envolveu com o processo de candidatura à época, chegou a afirmar que "o Turismo tocava sozinho, não era nem um projeto de um governo que isso fosse implementado na marca, ou que existisse uma campanha que disseminasse isso". A visão não-transdisciplinar permanece no governo atual, uma vez que ao ser contatada para uma entrevista deste trabalho, a Secretaria de Cultura e Economia Criativa limitou-se a informar, por e-mail, que "A adesão de Brasília à Rede das Cidades Criativas da UNESCO foi submetida, à época, pela Secretaria de Turismo", complementando o texto com os telefones de contato da referida pasta.

Sobre a percepção de consequências da participação na RCCU, quatro dos entrevistados afirmaram não ter percebido nenhum resultado prático. Um outro citou a questão de maior aproximação dos designers desde o processo de candidatura. Dois outros citaram ações como a criação da Câmara de Economia Criativa, na Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal (Fecomércio-DF), e a criação da Associação de Designers de Produto (Adepro).

Dentre os entrevistados envolvidos com a profissão de Design, a entrada na RCCU foi importante para aumentar a proximidade e a comunicação entre os profissionais, desde o processo de candidatura. Acreditam que é um processo em evolução e que deve se desenvolver mais, primeiro internamente para posteriormente expandir as fronteiras para conexões nacionais e, finalmente, internacionais.

Sobre o apoio da UNESCO, três dos entrevistados manifestaram insatisfação com o suporte prestado. Entendem que se exige muito para participar da Rede, mas depois não há muito incentivo, apoio técnico ou uma plataforma consistente para o relacionamento entre as cidades-membro. Um outro entrevistado disse acreditar que a UNESCO está disponível, mas a dificuldade maior de comunicação se dá pela

necessidade de intermediação do governo entre a organização internacional e os empreendedores criativos de Brasília.

Com relação à imagem da cidade após a chancela da UNESCO, ninguém afirmou ter percebido uma mudança de percepção do grande público. Entretanto, um dos entrevistados, envolvido com a área de Design, afirmou que um público interno bem restrito, do Distrito Federal, passou a compreender melhor o design profissional e ter mais consciência dos fatores que envolvem a profissão.

4.2.4. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 11: uma cidade mais inclusiva, segura, resilientes e sustentável?

Foi questionado, ao final, se os entrevistados enxergam que Brasília se tornou, nos últimos 5 anos, uma cidade mais inclusiva, segura, resiliente e sustentável – termos do ODS 11 da Agenda 2030, considerado um dos principais objetivos da proposta da RCCU. Três dos entrevistados afirmaram que acreditam que a cidade andou no sentido contrário, percebendo uma sensação de mais insegurança e afirmando que os contextos são menos favoráveis. Outros dois disseram que o objetivo ainda não foi alcançado, mas percebe uma movimentação que busca isso. Apenas uma pessoa mencionou uma evolução que pode ter sido influenciada com a entrada na RCCU.

A atuação do Governo nos últimos anos foi criticada por não aplicar ou aplicar de forma ineficiente algumas das leis que beneficiam a Economia Criativa local. Sobre isto, foi mencionado que não tem sido aplicada uma lei de 2012 que beneficia a organização de eventos culturais em áreas públicas – legislação que afirmam ter sido essencial para o desenvolvimento de diversos eventos criativos há alguns anos. Apontam que isso dificulta a entrada de novos empreendedores criativos. Também foi relatado pelos entrevistados que a lei de incentivo cultural não tem sido aplicada, e que o próprio Fundo de Apoio à Cultura do DF não foi totalmente utilizado nos últimos anos, dificultando o acesso aos recursos pelos criativos. Nos termos de uma entrevista:

Houve um processo, principalmente em 2018, para o pequeno produtor cultural poder acessar esses recursos. Eles criaram mecanismos e realmente pessoas que, historicamente, nunca conseguiam financiamento, conseguiram. Mas, nos últimos tempos, houve uma quebra, uma disputa que excluiu muita gente. Houve um debate bem forte.

Em duas entrevistas, os centros de manifestação cultural foram considerados locais de resistência contra os ataques à cultura. Em uma dessas entrevistas, o crescimento do fundamentalismo no Brasil e a consequente criminalização do fazer cultural e das leis de incentivo à cultura foi citado como fator que dificulta que o setor cultural possa atingir seu potencial e beneficiar a sociedade. O ataque à Lei Rouanet – lei federal de incentivo à cultura – foi também lamentado por outros entrevistados.

Por outro lado, também foram lembradas algumas iniciativas de avanço no cumprimento dos ODS, principalmente relacionadas com inclusão social. Nisso foi citada a intervenção do Movimento LGBTQI+, que pintou diversos pontos da cidade com as cores do arco-íris, que representa igualdade; e a revitalização de alguns pontos da região central da cidade, que hoje são muito ocupados por grupos artísticos culturais.

Algumas iniciativas de empreendedores criativos também foram mencionadas nesse contexto, como a preocupação com reciclagem, inclusão e acessibilidade nos eventos culturais da cidade; a ocupação do corredor cultural na Avenida W3 Sul; e a proposta da Revista Traços, uma publicação especializada em Cultura e que proporciona melhores condições de vida para pessoas em situação de rua.

A respeito de outras áreas da sociedade que podem se relacionar de forma transdisciplinar com o Desenvolvimento Sustentável, a questão da mobilidade urbana foi um assunto citado de forma voluntária por 5 dos entrevistados. Argumentam que o sistema de transporte é excludente e dificulta o usufruto da produção cultural e da própria cidade pela sociedade.

Quando você tem uma um sistema de mobilidade urbana que para às onze e meia da noite - o último ônibus sai meia-noite de qualquer ponto dali da rodoviária,

depois só volta não sei que horas da madrugada - isso exclui as pessoas, interfere. Isso impacta diretamente no setor artístico e cultural, porque se você não tiver carro ou se você não tiver dinheiro para pagar um Uber pra lá e pra cá, você não sai. Se você está na periferia, você não vem; se você está aqui e quer ir pra periferia, você não vai.

O setor de Turismo foi mencionado por todos. Há o entendimento de ser um setor importante para atrair pessoas e servir como vitrine para a Economia Criativa da cidade, mas há críticas de que o potencial turístico do DF não está sendo bem aproveitado. Alegam que é muito direcionado para o turismo cívico, enquanto a Cultura e a Criatividade – de forma mais ampla, além do Design – continuam inexplorados.

[...] você tem hoje um perfil de turismo em Brasília com muito foco em turismo de negócios e talvez um pouco em turismo cívico, mas a possibilidade de você engajar o turista que já está na cidade para algumas finalidades, por exemplo, de negócios, com outros atrativos de conteúdo cultural em Brasília tem um potencial imenso.

4.2.5. Os efeitos da Pandemia de Covid-19

Por fim, foi questionado a respeito dos efeitos que a Pandemia de Covid-19 teve para a Economia Criativa de Brasília. Dois dos entrevistados lembraram as consequências que o fato teve para a participação da cidade na RCCU, afirmando que o isolamento social e as demais providências que tiveram de ser tomadas prejudicaram o entrosamento que havia sido desenvolvido entre os designers, desde o processo de candidatura à RCCU. Destacam que não houve um retrocesso nessa questão, mas uma desaceleração. Hoje ainda há uma conexão maior do que há cinco anos, mas que o envolvimento poderia ser maior se não tivesse acontecido a Pandemia.

Uma das grandes questões propiciadas pelo processo da candidatura de Brasília como parte da Rede de Cidades Criativas da UNESCO foi a questão da integração e da articulação dos designers - entre si e dos designers com os poderes públicos. É

indiscutível que a pandemia esgaçou um pouco essa teia que tinha sido inicialmente costurada. (...) Eu acho que a gente avançou em relação ao que a gente tinha há cinco anos, mas eu tenho que nessa dimensão a gente teria avançado bem mais se a pandemia não tivesse ocorrido.

Sobre a profissão de design, apontam que houve um aumento da presença de profissionais no meio digital – seja como forma de divulgação de seus serviços, seja como novas formas de prestação de serviço, como cursos ou mentorias online. Também foi mencionado pelos entrevistados que atuam na área um impacto positivo no volume de vendas em alguns segmentos, como no design de interiores. Creditam o fator às mudanças de prioridades da parcela da população com rendimentos mais estáveis, que decidiu investir em suas casas ou mudar para habitações maiores, influenciada pelo isolamento da Pandemia.

No setor de móveis e na arquitetura de interiores teve um impacto até relativamente positivo. Porque, como a gente tem uma massa aqui em Brasília que tem o poder aquisitivo estável, deixou-se de gastar, por exemplo, com restaurantes, com saídas, com coisas relacionadas a atividades exteriores e lazer; e as pessoas começaram a investir mais em casa. Então, de fato, as vendas de móveis aumentaram. Projetos relacionados a interiores eu sei que cresceram.

Dois dos entrevistados criticaram a atuação do Governo no que diz respeito a demora e má decisão na forma como determinaram o isolamento. A importância da aplicação de leis de incentivo nesse período foi lembrada por três entrevistados, mas também foi mencionado que a aprovação das leis e sua posterior aplicação dos recursos se deram mediante muita luta e desgaste da classe artística.

Que que a gente fez? Foi lutar pela Lei Aldir Blanc e foi lutar paralelo pelo FAC (Fundo de Apoio à Cultura), para que os dois recursos entrassem e fossem injetados de imediato no setor. E aí eu não tenho dúvidas que salvaram vidas. Salvaram espaços, salvaram vidas, salvaram famílias, salvaram mentes, salvaram projetos.

4.3. Principais resultados

Constatou-se que a relação entre a Brasília Política e a Criativa apresenta fatores positivos e negativos. O grande problema apontado relaciona-se com a imagem da cidade, que fica refém da situação política do país e acaba sendo culpada pelos problemas causados por políticos. Esse preconceito gera uma barreira para que a criatividade da cidade seja popularmente conhecida, ainda que no meio artístico e cultural seja muito valorizada. Entretanto, a condição de capital do país faz com que pessoas de todas as regiões migrem para a cidade, atraídas principalmente pelo setor público, o que traz influências culturais ricas e diversificadas. A proximidade com a política nacional também facilita o acesso a recursos públicos. Além disso, a presença de embaixadas foi mencionada como vantagem, por facilitar conexões internacionais.

Apesar da forte relação com a política, observou-se que o Poder Público ainda não percebeu o potencial da Economia Criativa para o desenvolvimento urbano. A pesquisa bibliográfica referenciada no Capítulo 2 aponta que esta situação não se restringe à questão de Brasília. Acresce que, nas entrevistas foi percebido que a evolução da EC de Brasília é mérito da competência e das ações de sua classe criativa, o que leva a reflexões acerca do potencial da criatividade brasiliense caso haja um esforço conjunto com o Poder Público e a iniciativa privada – uma vez que a bibliografia também reforça a importância da atuação conjunta para o desenvolvimento do ambiente criativo.

A entrada na RCCU trouxe expectativas de que poderia ser um caminho para uma nova postura do Poder Público diante da EC, como o desenvolvimento de Políticas Públicas de Estado de longo prazo, que não ficassem refém das descontinuidades provocadas pelas mudanças de governo. Além disso, houve a expectativa de uma maior atuação em rede pela Classe Criativa local, além de ser um canal para aproveitar as oportunidades da proximidade com os organismos internacionais presentes na cidade. Nas entrevistas foi observado que muitas dessas expectativas foram frustradas, uma vez que o discurso enfraqueceu poucos meses depois, com a mudança de governo, além de não ter sido percebido um suporte relevante por parte da UNESCO. De fato, na pesquisa documental

realizada sobre a RCCU, no Capítulo 2, percebe-se muitas propostas teóricas, mas poucas indicações de soluções técnicas e práticas que seriam tomadas pela UNESCO.

Ainda que não tenham sido apontadas consequências diretas e imediatas da presença na RCCU, houve a defesa de que se trata de algo recente, que pode provocar impactos e mudanças a médio e longo prazo, ainda que não diretamente relacionados com esse fato. Além disso, a Pandemia de Covid-19, que surgiu em 2020, pode também ter provocado um atraso na percepção desses resultados. A forte integração entre os Designers da cidade, que se iniciou no processo de candidatura à RCCU, por exemplo, foi afetada pela crise sanitária. Os entrevistados explicam que há uma integração, hoje, muito maior do que antes da candidatura, mas que poderia ser maior sem a Covid-19.

Por fim, é pertinente uma reflexão levantada durante as entrevistas: a entrada de Brasília na RCCU mostra-se importante também por ampliar discussões e debates acerca da EC de Brasília, o que promove e fortalece a cena criativa e cultural da cidade. Observou-se na pesquisa bibliográfica e documental do presente capítulo que a EC brasiliense já é bem relevante para o desenvolvimento socioeconómico da região, e tem potencial para impactar ainda mais. Numa das entrevistas levantou-se a questão de que a presença da cidade na RCCU pode despertar atenções de diversas pessoas que antes não estavam debruçadas sobre o assunto, o que pode resultar em iniciativas diversas para colaborar com o seu desenvolvimento – esta dissertação é um exemplo disso.

Considerações Finais

O exame da literatura publicada nos últimos anos mostra que a criatividade em Brasília não tem sido muito explorada cientificamente, apesar de sua grande riqueza cultural e de suas particularidades enquanto cidade criativa. Para a Academia, de forma geral, este estudo já se mostra relevante por olhar para questões menos óbvias e gerar uma maior diversidade de conhecimento. Por se tratar de uma investigação realizada fora do Brasil, torna-se ainda mais interessante por mostrar uma visão da cultura brasileira que vai além dos clichês. A multiculturalidade de Brasília permite conhecer o Brasil como um todo, uma vez que boa parte da diversidade cultural do país se faz presente ali, como ressaltado pelo dossiê de candidatura, mencionado no Capítulo 4.1, e pelos entrevistados, ao ilustrarem a Brasília Criativa no Capítulo 4.2.

O potencial da EC de Brasília para o desenvolvimento sustentável da região torna-se muito relevante na sociedade contemporânea, que claramente exige novos caminhos de desenvolvimento. O fato de o DF ter um setor de serviços que se destaca mais do que o setor de agronegócios ou de indústrias pode ser um grande diferencial. Estudos que despertem a atenção e estimulem um pensamento crítico para aproveitar essa oportunidade são importantes tanto para a Academia quanto para a região investigada.

Os resultados obtidos e as reflexões propostas nesta dissertação mostram a complexidade de se perceber os efeitos provocados pela entrada de Brasília na RCCU, sendo improvável uma resposta simplista e direta sobre quais foram as consequências relacionadas direta ou indiretamente com esse fato. É pertinente observar que tanto a entrada de Brasília na RCCU quanto a própria discussão sobre Indústrias Criativas no mundo são assuntos relativamente recentes. Apesar disso, é perceptível que a entrada na RCCU trouxe oportunidades para a Economia Criativa e para o Desenvolvimento Sustentável da cidade. Acontecimentos dos últimos anos, como a situação política do Brasil e a Pandemia de Covid-19, possivelmente atrasaram alguns avanços.

Ainda que efeitos práticos e técnicos consequentes da participação na RCCU – como uma plataforma de integração entre as cidades ou o estabelecimento de parcerias – não possam ser percebidos, depreende-se que as discussões e as percepções sobre

Economia Criativa na cidade evoluíram bastante nos últimos anos. Até mesmo a frustração das expectativas quanto ao apoio da UNESCO teve consequências produtivas, sendo citado em uma das entrevistas como um fator que estimulou a movimentação para a criação de uma Rede Brasileira de Cidades Criativas, por exemplo. Outras discussões também foram reforçadas, como a necessidade de políticas públicas de Estado, que sejam independentes das trocas de governos.

A descontinuidade de gestão provocada pela troca de governos é, definitivamente, um fator prejudicial para a eficiência de um planejamento estratégico de políticas públicas para EC. O caso de Buenos Aires ilustra como as ações tomadas ao longo de uma década, após um planejamento de longo prazo, tornou a Economia Criativa da cidade relevante e conhecida internacionalmente. Além disso, os próprios empreendedores criativos entrevistados para este trabalho ressaltaram a necessidade de evitar o imediatismo nesta área, que exige persistência e tempo para se desenvolver.

A falta de percepção do caráter estratégico e transdisciplinar da EC é algo que prejudica o aproveitamento do pleno potencial criativo de Brasília. A própria bibliografia aponta que o Poder Público ainda não reconhece o valor das Indústrias Criativas, não sendo, portanto, um problema exclusivo da cidade. Mas, para efeito ilustrativo do caso específico, a visão míope do governo de Brasília se mostra na ocasião em que um agente público da Secretaria de Cultura e Economia Criativa se recusou a colaborar com este trabalho por entender que a participação em uma Rede de Cidades Criativas não é assunto da referida gestão, uma vez que o processo de candidatura foi iniciativa de outra Secretaria do governo.

A importância da transdisciplinaridade também foi observada em diversos momentos das entrevistas, em que se percebeu que a questão de mobilidade urbana possui grande relevância para o desenvolvimento da EC da cidade. A precariedade dos serviços, entretanto, faz com que aquilo que poderia ser de grande ajuda acabe sendo uma dificuldade tanto para produtores culturais quanto para o usufruto cultural pelos cidadãos. Ainda que a classe criativa de Brasília seja muito competente e atuante na evolução da Economia Criativa da cidade, somente com o envolvimento de todos os componentes do sistema é que se consegue alcançar todo o seu potencial.

Observou-se nesta dissertação que o grande envolvimento da Brasília Criativa com a Brasília Política não é um problema para o desenvolvimento do empreendedorismo criativo, conforme reflexões dos entrevistados no Capítulo 4.2. Além dos relatos, nas entrevistas, de fatores positivos e negativos dessa relação, a própria bibliografia indicada no Capítulo 2.2 destaca a importância do papel do Estado para o desenvolvimento de um ambiente criativo. É necessário, entretanto, que essa atuação do governo seja de forma organizada, responsável e eficiente.

Cidades que são criativas necessitam de atuação sistêmica, envolvendo atores de diversas áreas, como bem indica a bibliografia. As ações tomadas de forma isolada têm impacto, mas levadas de forma conjunta podem ser potencializadas. Nas entrevistas fica claro que a classe criativa de Brasília tem essa percepção, ao mostrar que diferentes setores, como turismo, design, gastronomia e eventos, costumam agir de forma colaborativa, em que um auxilia na promoção do outro.

Também foi possível perceber como a classe criativa dos designers conseguiu se organizar e se desenvolver melhor profissionalmente a partir de uma atuação conjunta de suas associações profissionais. Hoje buscam ampliar ainda mais essa Rede, mas já possuem resultados suficientes para que sirvam de exemplo para outros setores da Economia Criativa.

Uma atuação em rede competente exige uma comunicação eficiente. E percebeu-se uma necessidade de melhorar a comunicação em diversos aspectos da EC de Brasília. Seja para conectar profissionais de áreas que se complementam, mas não se encontram; seja para promover a troca de experiências entre profissionais da mesma área, mas que estão atuando de forma isolada; seja para conhecer as diferentes realidades sociais e geográficas que compõem a EC brasiliense. A comunicação é relevante até mesmo para alcançar públicos fora da cena criativa, como turistas que desconhecem esse lado da cidade ou consumidores internos que desconhecem a qualidade da produção local. Desenvolver a comunicação – entre as classes criativas e na divulgação da cidade e de sua criatividade – mostra-se, portanto, uma ação necessária e promissora.

Outro aspecto importante desse trabalho foi a possibilidade de tratar diferentes discursos nas entrevistas. O encontro de determinadas visões e ideologias pode gerar discussões calorosas devido às suas diferenças, mas ao serem intermediadas por um meio que se propõe ser o mais neutro possível, como a Academia, podem surgir pontos que se esclarecem e se complementam. Um exemplo foi o caso de um entrevistado que viu apenas os benefícios concedidos pelas leis de incentivo, e creditou isso à atuação do governo na Pandemia de Covid-19, enquanto outro entrevistado relatou as batalhas e os desgastes da classe criativa com o governo para que essas leis se tornassem realidade.

Em outro caso, percebeu-se como visões diferentes podem apontar questões que não estão sendo percebidas pelo grupo envolvido em determinada iniciativa. A limitação provocada pela elitização da candidatura de Brasília à RCCU tem recebido atenção recentemente, mas alguns entrevistados disseram já terem apontado desconfortos com a proposta, por privilegiar determinado segmento do Design ou por não considerar diferentes regiões administrativas e a diversidade cultural do DF na proposta turística.

Percebe-se que há muitas possibilidades de investigação a se seguir a partir daqui. Trata-se de um terreno fértil para a Comunicação e para a Gestão das Indústrias Criativas, que pode gerar contributos também para o desenvolvimento de outras áreas correlatas, como gestão de políticas públicas e desenvolvimento sustentável. Algumas sugestões são apresentadas a seguir, mas as possibilidades naturalmente não se esgotam aqui.

Sobre a atuação prática de uma cidade criativa no âmbito da RCCU, o estudo de caso de Brasília deixa diversas lacunas e curiosidades. Um estudo comparativo entre o caso de Brasília e o de outra cidade criativa que seja membro há mais tempo, como Berlim ou Buenos Aires, pode trazer insights pertinentes sobre como aproveitar essa oportunidade ou sobre as deficiências na execução prática pela UNESCO.

Sobre a Economia Criativa de Brasília há muito o que se explorar cientificamente. Uma análise SWOT mais aprofundada da Economia Criativa de Brasília pode gerar insights interessantes e úteis. Esta dissertação pode ser um ponto de partida para isso, uma vez que já é possível inferir daqui diversas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas com a cena criativa do Distrito Federal.

Além disso, durante as entrevistas foram mencionados alguns estudos que estão sendo providenciados, visando mapear a Economia Criativa do DF e levantar muitos dados. Lembrando que já há contribuições publicadas muito relevantes para este campo de estudo, como a dissertação de mestrado e o Mapa Design Brasília, desenvolvidos pela designer mestre Raquel Chaves. Todo esse conhecimento, juntamente com o produzido nesta dissertação, podem contribuir para uma investigação que encontre a melhor forma de Brasília atingir seu potencial criativo e mostrar bons caminhos para o desenvolvimento sustentável.

Referências Bibliográficas

Adorno, T. (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Routledge.

AGÊNCIA BRASÍLIA. (2017a). *Brasília concorre ao título de Cidade Criativa, da Unesco – Agência Brasília*. https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2017/06/06/brasilia-concorre-ao-titulo-de-cidade-criativa-da-unesco/

AGÊNCIA BRASÍLIA. (2017b). *Entrada na Rede de Cidades Criativas da Unesco impulsionará desenvolvimento de Brasília – Agência Brasília*. https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2017/11/08/entrada-na-rede-de-cidades-criativas-da-unesco-impulsionara-desenvolvimento-de-brasilia/

AGÊNCIA BRASÍLIA. (2020). *Bate-papo sobre espaços criativos de Brasília – Agência Brasília*. https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2020/10/29/bate-papo-sobre-espacos-criativos-de-brasilia/

Almeida, T. C. de, Hott, A. R., & Emmendoerfer, M. L. (2021). *Contribuições da Coprodução em Cidades Criativas para a Inovação no Setor Público*.

Audy, J. (2017). A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. *Estudos Avançados*, *31*(90), 75–87.

Augusto Mateus & Associados. (2013). *A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa - Relatório Final*.

Baker, S. (2006). *Sustainable Development*. Routledge.

Banks, M., Lovatt, A., O'Connor, J., & Raffo, C. (2000). Risk and Trust in the Cultural Industries. *Geoforum*, *31*(4), 453–464.

Bendassolli, P. F. ;, Wood Junior, T. ;, Kirschbaum, C. ;, & Pina e Cunha, M. (2009). Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, *49*(1), 10–19.

Berg, J., Kotrybala, B. V., Vestena, C. L. B., & Costa-Lobo, C. (2021). ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL. *RELISERevista Livre de Sustentabilidadee Empreendedorismo*, *6*, 52–76.

Blewitt, J. (2018). *Understanding Sustainable Development* (3rd ed.). Routledge.

Blythe, M. (2001). The Work of Art in the Age of Digital Reproduction: The Significance of the Creative Industries. *Journal of Art & Design Education*, *20*, 144–150. https://doi.org/10.1111/1468-5949.00261

Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, *12*(1), 9–30. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00003-1

Carvalho, L. C., & Costa, T. G. da. (2015). *Empreendedorismo - uma visão global e integradora* (1ª). Edições Sílabo.

CODEPLAN. (2018). *O mercado formal de trabalho da economia criativa no Distrito Federal*.

Dallabrida, V. R., Covas, M. M. C. M., & Covas, A. M. A. (2017). Inovação, desenvolvimento e espaço urbano: uma relação necessária, mas não suficiente. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, *19*(2), 360–378.

DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document*.

Dresner, S. (2002). *The Principles of Sustainability*. Earthscan .

European Comission. (2013). *Powering European public sector innovation: towards a new architecture (Report of the Expert Group on Public Sector Innovation)*.

European Union Council. (2009). *European Council Conclusions on "Culture as a Catalyst for Creativity and Innovation."*

Firjan. (2019). *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2019*. www.firjan.com.br/economiacriativa

Flew, T. (2013). *Global creative industries*. Polity.

Florida, R. (2008). *Who's Your City? How the Creative Economyis Making Where You Live the Most ImportantDecision of Your Life*. Basic Books.

Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class, Revisited*. Basic Books.

Fonseca, A. C. (2020). Política de Economia Criativa em Buenos Aires: do Plano 2010 aos Distritos Criativos - reflexões e inquietações. In *Políticas Públicas, Economia Criativa e da Cultura* (pp. 175–218).

Fonseca, F. P., & Ramos, R. A. R. (2011). Formas de cooperação interurbana: o caso da rede de cidades do quadrilátero urbano. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 37–54. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514351890003

Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T.-S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *The Academy of Management Review*, *20*(4), 874–907. https://doi.org/10.2307/258959

Global Entrepreneurship Research Association. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report*. http://www.witchwoodhouse.com

Government of Australia. (1994, October). *Creative Nation: Commonwealth cultural policy*. https://apo.org.au/node/29704

Governo do Distrito Federal. (2016). *Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016-2019*. https://www.turismo.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2017/09/Plano-de-Turismo-Criativo.pdf

Governo do Distrito Federal. (2017). *UNESCO Creative Cities Network, 2017 Call for Applications - Application Form Brasilia*.

Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*.

Heebels, B., & van Aalst, I. (2010). Creative clusters in Berlin: entrepreneurship and the quality of place in Prenzlauer Berg and Kreuzberg. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, *92*(4), 347–363.

Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. Sage.

HKU. (2010). *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*.

Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How people make money from ideas*. www.creativeeconomy.com.

Howlett, M., Ramesh, M., & Perl, A. (2013). *Políticas públicas: seus ciclos e subsistemas: uma abordagem integradora*. Elsevier.

IPCC, C. W. T. (2007). *Climate change 2007: synthesis report*.

IUCN. (1980). *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*.

Klamer, A. (2011). Cultural entrepreneurship. *Review of Austrian Economics*, *24*(2), 141–156. https://doi.org/10.1007/s11138-011-0144-6

Lago, A. A. C. do. (2013). *Conferências de Desenvolvimento Sustentável*. Fundação Alexandre de Gusmão.

Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators - 2nd edition*. Earthscan.

Landry, C. (2011). Cidade Criativa: a história de um conceito. In A. C. F. Reis & P. Kageyama (Eds.), *Cidades Criativas – Perspectivas*. Garimpo de Soluções.

Landry, C., & Bianchini, F. (1995). *The Creative City*. Demos.

Lange, B., Ares Kalandides, Birgit Stöber, & H. A. Mieg. (2008). Berlin's Creative Industries: Governing Creativity? *Industry and Innovation*, *15*(5), 531–548.

Maddison, A. (2003). *The World Economy: Historical Statistics*. OECD. https://doi.org/10.1787/9789264104143-en

Marchi, L. de. (2014). Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. *Intercom - RBCC*, *37*(1), 193–215.

Mendes, A. A. (2016). O distrito audiovisual em Buenos Aires (Argentina): criatividade e desenvolvimento territorial. *Espaço e Economia. Revista Brasileira de Geografia Econômica*, *8*.

Menezes, D. F. N. (2016). Regulação da economia criativa no Brasil. *Revista Ius Gentium*, *7*, 65–77.

Messias, F. B. (2017). *OPentagrama da Sustentabilidadena visão da Economia Criativa - um estudo da Economia Criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil*.

Messias, F. B., Nascimento, E. P. do, & Silva, C. F. e. (2020). A economia criativa na arena da sustentabilidade. *Pós. Revista Do Programa de Pós-Graduação Em Arquitetura e Urbanismo Da FAUUSP*, *27*(50), 161954. https://doi.org/10.11606/issn.2317-2762.posfau.2020.161954

Miller, G., & Twining-Ward, L. (2005). *Monitoring for a sustainable tourism transition: the challenge of developing and using indicators*. Cabi.

Ministério da Cultura. (2011). *Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011-2014*.

Murphy, C. (2014). *Organização internacional e mudança industrial: governança global desde 1850* (1st ed.). Unesp.

Nascimento, E. P. do. (2012). Sustentabilidade: O campo de disputa de nosso futuro civilizacional. In *Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade*. Garamond.

Nobre, M. (1999). Desenvolvimento sustentado e problemática ambiental. *Lua Nova*, *47*, 137–156.

Nocko, L., & Schlabitz, C. J. (2018). *Microempreendedores da Cultura no Distrito Federal*.

Oakley, K. (2006). Include us out – Economic Development and Social Policy in the Creative Industries. *Cultural Trends*, *15*(4), 255–273.

Oakley, K., & O'Connor, J. (2015). *The Routledge Companion to the Cultural Industries*.

O'Connor, Justin. (2007). *The cultural and creative industries : a literature review*. Arts Council England.

OECD. (1998). *Fostering Entrepreneurship*.

Oliveira, J. M. de, Araujo, B. C. de, & Silva, L. V. (2013). *Panorama da Economia Criativa no Brasil*. http://www.ipea.gov.br

ONU. (2015). *Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel

Pacheco, A. P. de C., Morais, M., Binotto, E., & Benini, E. G. (2021). Políticas públicas para a economia criativa: interfaces e reflexões a partir da abordagem policêntrica. *Diálogo Com a Economia Criativa*, *6*(17), 24. https://doi.org/10.22398/2525-2828.61724-44

Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, *29*(4), 740–770. https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2005.00620.x

Prestes, M. G., & Figueiredo, L. F. G. (2011). Novas perspectivas para o design: designers como agentes de desenvolvimento local. *Design & Tecnologia*, *2*(3), 38–45.

Quintela, P., & Ferreira, C. (2018). Indústrias Culturais e Criativas em Portugal: um balanço crítico de uma nova "Agenda" para as políticas públicas no início deste milénio. *Revista Todas as Artes, Porto*, *1*(1), 88–110.

Reis, A. C. F. (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. Itaú Cultural.

Reis, A. C. F. (2011). *Cidades Criativas: Anális de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo*.

Reis, P. C. G., Serafim, M. C., Pinheiro, D. M., & Alperstedt, G. D. (2017). O processo de institucionalização da economia criativa no Brasil. *Diálogo Com a Economia Criativa*, *4*(2), 52–73. https://doi.org/10.22398/2525-2828.4252-73

Roma, J. C. (2019). Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e sua transição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. *Indicadores de Sustentabilidade*, 33–39.

Rosa, T. M. (2017). *Diferencial salarial entre os setores público e privado no Distrito Federal. Texto para discussão nº 23/2017*.

Rubim, A. A. C. (2016). Teses Sobre Financiamento E Fomento À Cultura No Brasil. In *Economia Criativa, cultura e politicas publicas*.

Santos, J. V. P. V. dos, Lima, E. O., & Matos, E. M. (2020). Brasília, cidade design: promovendo o turismo criativo. In *Turismo e História – Perspectivas sobre o Patrimônio da Humanidade no Espaço Ibero-Americano*. Educs.

Secchi, L. (2013). *Políticas Públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. Cengage Learning.

Secretaria de Turismo do Distrito Federal. (2021). *UNESCO Creative Cities Network Monitoring Report 2017-2020 - Brasília, Brazil*.

Seldin, C. (2020). The Voices of Berlin: Busking in a "Creative" City. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, *12*, 1–23.

Serra, N., & Saad Fernandez, R. (2014). Economia Criativa: da Discussão do Conceito à Formulação de Políticas Públicas. *Review of Administration and Innovation - RAI*, *11*(4), 355–372. https://doi.org/10.11606/rai.v11i4.11253

Silva, C. L. da, & Franz, N. M. (2020). Análise de brandings urbanos contemporâneos na ótica da sustentabilidade. *DRd - Desenvolvimento Regional Em Debate*, *10*(ed.esp.), 60–89. https://doi.org/10.24302/drd.v10ied.esp..3130

Silva, F. A. B. da, & Ziviani, P. (2020). Os Territórios da Cultura: O Distrito Federal no Plural. In *Políticas Públicas, Economia Criativa e da Cultura* (pp. 219–244). IPEA.

Soromenho-Marques, V. (2005). *Política Internacional de Ambiente e Desenvolvimento Sustentável - Balanço e Perspectivas*.

Soromenho-Marques, V. (2011). Desenvolvimento Sustentável - Correntes e Polémicas em tempos difíceis. *Revista Dirigir*, 3–9.

Sousa, M. F. de, Mello, A. D. S., & Colvara, L. F. (2020). Cidades Criativas da UNESCO no Brasil: uma pesquisa exploratória sobre o comportamento do poder público na implementação de estratégias e estratégias voltadas à economia da cultura durante a pandemia provocada pela COVID-19. *Revista Ciências Humanas*, *13*(2). https://doi.org/10.32813/2179-1120.2020.v13.n2.a641

Souza, C. (2006). Políticas Públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, *8*(16), 20–45.

Souza, P. T. C. (2017). *VI CORE – Conferência sobre Relações Exteriores: O Brasil e as Tendências do Cenário Internacional*. https://www.youtube.com/watch?v=Ois7ID7MwGM.

Stern, N., S. Peters, V., Bakhshi, A., Bowen, C., Cameron, S., Catovsky, D., Crane, S., Cruickshank, S., Dietz, N., Edmonson, S.-L., Garbett, L., Hamid, G., Hoffman, D., Ingram, B., Jones, N., & Patmore, H. R. R. S. M. S. C. T. T. V. H. W. and D. Z. (2006). *Stern Review: The Economics of Climate Change*.

Testoni, B. M. V., & Teixeira, C. S. (2019). Cidades criativas: iniciativas por meio do design para o desenvolvimento socioeconômico. *VIA 6 Revista*, 65–75.

Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, *17*, 147–164.

UNCTAD. (2008). *Creative economy report 2008: The challenge of assessing the Creative Economy: towards informed Policy-making.*

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option*.

UNCTAD. (2015). *Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries*. http://unctad.org/creative-economy

UNCTAD. (2018). *Creatiea Economy Outlook - Trends in international trade in Creative Industries 2002-2015*.

UNESCO. (2008). *How to apply to UNESCO's Creative Cities Network?*

UNESCO. (2009). *10 Things to know about Berlin UNESCO City of Design*.

UNESCO. (2020a). *UNESCO Creative Cities Network for sustainable development*.

UNESCO. (2020b). *Unesco Creative Cities' response to Covid-19*.

UNESCO. (2021). *UNESCO Creative Cities Network - Call for applications 2021*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372956/PDF/372956eng.pdf.multi

WCED. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*.

WIPO. (2015). *Guide on surveying the economic contribution of the copyright industries: 2015 revised edition*. WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION.

Anexos

Anexo I: Caracterização dos entrevistados e excertos das entrevistas

INFORMAÇÕES SOBRE OS ENTREVISTADOS E TRECHOS DAS ENTREVISTAS

Aos entrevistados foi pedido que participassem de uma entrevista com o único objetivo de realização desta investigação científica, sendo garantido o anonimato dos participantes. O tratamento dos dados obtidos foi realizado de forma a garantir a privacidade dos participantes, para garantir que não seja feito qualquer tipo de uso que possa causar prejuízo à identidade dos participantes. Nenhum dado será tornado público sem o prévio consentimento dos interessados.

Todos os dados recolhidos estão armazenados de forma a permitir a conformidade com a legislação portuguesa e da União Europeia relativa à proteção de dados e à privacidade. Todos os dados pessoais estão armazenados separadamente dos dados resultantes da implementação das atividades do projeto. Tal está assegurado por medidas técnicas e organizativas indicadas pela Universidade do Porto.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Foram convidados profissionais que possuem atuação relevante para a Economia Criativa de Brasília-DF. Dos convidados, foram entrevistadas sete pessoas, sendo quatro mulheres e três homens, com idades entre 33 e 56 anos (três na faixa de 33-40 anos, uma na faixa de 41-50 anos e três na faixa de 51-56 anos), entre os meses de maio e junho de 2022.

As atuações dos profissionais entrevistados consistem em:

Pesquisa científica e consultoria em políticas públicas de Desenvolvimento Sustentável, cidades e economia criativa. Com atuações também de gestão na área pública e na área privada há mais de 20 anos.

Produção cultural, com foco principal no setor de audiovisual, há mais de 20 anos. Também conta com colaborações no Conselho de Cultura do Distrito Federal.

Pesquisa científica e colaborações diversas na área de políticas culturais e economia da cultura do Distrito Federal, com mais de 10 anos de atuação. Atuação que inclui passagens por cargos de gestão no setor público do Distrito Federal.

Designer gráfico com mais de 20 anos de carreira na iniciativa privada. Possui vínculo com o Sindicato de Designers Gráficos do Distrito Federal.

Designer de produto com mais de 10 anos de carreira na iniciativa privada, dentre outras atuações no ramo de empreendedorismo criativo. Possui vínculo com o Sindicato de Designers de Produto do Distrito Federal.

Setor de Turismo, com mais de 20 anos de atuação na área privada, com empreendedorismo criativo, e no setor público. Atuação que inclui passagens por cargos de gestão no setor público do Distrito Federal e do governo Federal.

Empreendedorismo criativo, com experiências nas áreas de eventos e de gestão de espaços culturais. Também conta com atuações em entidades de suporte à atuação empresarial.

Por fim, vale mencionar que dentre os convidados que não participaram das entrevistas, por motivos diversos, uma das respostas de recusa foi considerada neste estudo. Trata-se do e-mail de resposta enviado por profissional com atuação relevante na atual composição da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal (gestão 2019-2022).

TRECHOS DAS ENTREVISTAS

Como vê a relação entre a Brasília Política e a Brasília Criativa?
"Eu acho que isso ainda é uma luta. Para nós, que moramos aqui, a gente já percebe que Brasília tá demais. Por exemplo, se eu te mandar algumas agendas do mês de maio e do mês de junho é inacreditável o tanto de coisa que tem pra fazer." "Brasília tem a imagem muito vinculada a questão da política, e fica muito refém se o momento político está bom ou não. Existe uma vida cultural já amadurecida na cidade, que é desconhecida, inclusive, da própria população."
"A economia do Distrito Federal é muito ligada ao setor público. Salvo engano, 45%, da economia do Distrito Federal é gerada a partir do setor público. Então é, obviamente, uma cidade que tem particularidades no sistema socioprodutivo local. Uma outra particularidade, pegando mais a perspectiva privada, é uma grande concentração da área de Serviços." "(Brasília) não tem um perfil industrial, não tem o perfil de agricultura. O grande perfil dela é o setor de Serviços." "Você tem realmente uma profusão de tradições de repertórios e de conteúdos culturais muito rico em Brasília. O que propicia, não só pela estrutura do sistema socioprodutivo local, mas também na perspectiva de conteúdo, uma possibilidade muito grande pra Brasília se destacar nessa parte, principalmente de serviços ligados à economia criativa." "A cidade tem uma produção cultural que vai muito além simplesmente da dimensão política institucionalizada - que a cidade tem de maneira muito exacerbada, principalmente nas mídias convencionais."
"Acho bastante distante, acho que a Brasília Política não chega nem perto da Brasília Cultura. A Brasília Política dialoga com o nicho de produção cultural que é muito ligado a uma produção mais elitizada, a uma produção de uma cultura de massa, mas ela não atinge a cultura periférica, a cultura urbana, a cultura popular." "Os políticos - na esfera federal - chegam aqui de avião, vão pro Congresso Nacional, ficam naquele circuito extremamente elitista e dali vão embora. Eles não têm nenhuma vivência, nenhuma relação

com o Distrito Federal profundo. E existe um Distrito Federal Profundo e que produz muita arte, produz muita cultura."

"Quando fala em economia criativa, a gente percebe ainda que a percepção dessa terminologia e a relação de profissionais que pertencem a essa classe ainda é uma bolha. Existe um movimento de alta percepção entre designers, entre artistas, entre músicos. A gente fica meio que preso numa bolha assim. A grande parte da população do Brasil - não tenho esses dados estatísticos agora, mas com certeza a grande maioria da população brasileira - não identifica isso."

"A Brasília tem esse reflexo da percepção da cidade política, mas nessa bolha, no Brasil, em qualquer região do país, se você falar com quem pertence à Economia Criativa as pessoas vão perceber Brasília primeiro como uma nascente de potencial da economia criativa (na música, no teatro, no design...). Praticamente em todas as regiões do Brasil, quem trabalha, quem convive, quem se relaciona com a área de trabalho, com os profissionais da economia criativa, percebe em Brasília potencialmente uma região de grande notoriedade e de nascente na economia criativa. O resto da população já é diferente, a grande massa ainda percebe Brasília com cidade política."

"Pessoas que estão ligadas nesse assunto, que estão conectadas com a evolução cultural do país - percebe em Brasília potencialmente como um espaço muito fértil para economia criativa."

"Tem algumas coisas que ajudam e ela tem algumas coisas que em geral atrapalham muito. Problema da cena em Brasília, por incrível que pareça, é que a gente tem muito recurso. Aí tem aquele negócio de gato gordo não quer saber de pescar, de caçar."

"Esse excesso de recursos treina o cara que mexe com criatividade em Brasília para ele ter a linguagem do dono do edital e não do público, não de mercado. Então isso gera uma distorção: uma distorção gigantesca nos preços, nas expectativas das pessoas e inclusive no estímulo."

"Outra questão também é que essa áurea política já gera um preconceito no restante do país, que não faz nem as pessoas quererem dar uma segunda chance pra cidade. O que, a meu ver, é corroborado quando a gente ainda assume o papel, na questão do turismo, de achar que isso aqui é só um destino cívico."

"Outra questão política é também que o plano piloto, em especial, fica muito em evidência. Então os políticos morrem de medo de algo dar errado com o funcionário público e tudo isso parar no Jornal Nacional. Porque está aqui em Brasília, é fácil chegar e tal. Então o nível de burocracia é muito superior do que nas outras praças. Isso tudo é custo e barreira de entrada de mercado."

"Outro fator político positivo: como a esfera federal está aqui também, a gente consegue ter um acesso a algumas questões de organismos internacionais; questão de legislação, também, a gente tem uma voz mais fácil. Tem esses fatores positivos, mas sem sombra de dúvidas ainda é muito desequilibrado e dificulta bastante a gente ser visto como uma cidade como um destino criativo.

"Acho que a economia criativa entrou muito no meu radar porque o nosso curso era extremamente acadêmico, ou voltado pra formar funcionários públicos/potenciais funcionários públicos. E como eu sempre tive a vontade de interagir no meio privado, isso me provocou pessoalmente uma decepção muito grande."

"E aí a gente começa a entender o jogo: que pra você conseguir grandes marcas fora do eixo Rio São Paulo, seja por não ter muita credibilidade dos meios de comunicação, seja por ela não ter escritórios muito estruturados fora do São Paulo, isso só acontece por meio de recurso incentivado. Recurso incentivado são as leis de incentivo, que é a lei local e a lei Rouanet - que é a lei federal."

"Tem dois aspectos, eu acho principais que me surgem agora na minha mente. Tem a Brasília política, onde é um universo super pobre em termos de criatividade, que é uma bolha que existe aqui que não encontrou a nossa bolha - é um mundo onde o design é completamente desconhecido, arte é visto como algo supérfluo, ou esquisita, ou completamente desnecessário.
(...)
Por outro lado, eu enxergo que existe uma movimentação política a favor da minha atuação profissional. Eles percebem que há uma oportunidade de desenvolvimento, uma oportunidade política de expansão. Mas eu acho que é mais um oportunismo, do que de fato um reconhecimento."

"Se outros grupos e outras pessoas utilizam isso como uma oportunidade, na verdade eu acho que está tudo certo, tudo bem. Não existe romance. No final das contas, a gente quer fazer dinheiro, a gente quer expandir, a gente está num sistema capitalista e é isso mesmo. Se a política for um instrumento que vai ajudar a gente... eles usam, tão usando a gente, n**a** verdade. Mas aí a gente vai vendo até onde isso é útil, a gente consegue surfar nas ondas, subir nos momentos que forem propícios."

"Acho que na verdade estamos muito bem servidos. E eu acho que de repente o que falta é conectar os pontos pra criar uma cena, algo mais unificado, para que as pessoas fiquem sabendo disso: que nós somos uma Cidade Criativa. Para que venham mais pessoas e para que as pessoas daqui vivam isso de fato."

"Brasília é capital, isso é inerente à natureza dela. Então, assim, ela acaba sendo alvo. Não é o político que é assim: aconteceu tal coisa em Brasília, é Brasília que é culpada, sempre. Então é triste ver assim essa falta de conhecimento que o brasileiro tem com relação à própria história do seu país e da sua capital."

"Esse aspecto tem um impacto muito negativo na imagem do destino Brasília. Porque ser uma cidade criativa é ser uma cidade atraente e que desperta o olhar de outras cidades. No turismo a gente chama como um diferencial competitivo. É um distintivo, ela tem um diferencial. Ela é muito singular. (...) Deveria ser motivo de orgulho de uma nação e que deveria ser obrigatório (conhecê-la), assim como é Washington pros americanos."

"A mídia também não colabora. Nem os próprios políticos."

"Associar a imagem de Brasília à criatividade é a essência dela, é o DNA. Ela surge a partir de uma criação. Ela se torna uma obra do gênio criativo humano."

"O meu trabalho começou numa missão de posicionar Brasília do ponto de vista cultural e criativo, porque era a forma que eu acreditava que ia mudar o posicionamento de imagem de Brasília. Era o único meio. Brasília, como você sabe bem, ela é bombardeada por uma mídia muito negativa, que pouco expressa o que a cidade vive realmente pelos moradores."

O que significa para si o título "Brasília, Cidade Criativa do Design"?

"É bem oportuno nesse sentido de mudar a imagem da cidade como puramente política, poder mostrar um outro lado da cidade que é muito pouco conhecido. Que é na verdade desconhecido pela grande parte da sociedade."

"Eu acho que o que foi mais importante foi chamar a atenção pra cultura aqui do Distrito Federal."

"Então trazer a entrada desse tema numa agenda nacional, inicialmente, e depois do Distrito Federal, pode vir a ter um impacto. E isso talvez seja nosso a nossa grande responsabilidade aqui em Brasília, por ser a capital dum país como o Brasil,

que tem uma influência na região da América Latina e do Caribe. E a gente não tem ainda essa dimensão de onde se pode chegar, mas eu prevejo uma oportunidade incrível da gente poder trazer esse debate em outros termos, para dentro do país, a partir da entrada de Brasília."

"Se a gente nem tivesse entrado, todo esse pensamento crítico não estaria sendo desenvolvido. Você não estaria aí, provavelmente, pensando nisso, eu não estaria aqui e outras pessoas que estão interessadas nisso e que pode criar uma massa crítica pra nascer algo diferente."

"Não achava isso antes, mas hoje eu acho que há muito pouco pensamento crítico sobre isso. Tá muito vinculado a uma ideia de cidade de mercadoria... é muito pra fora e pouco pra dentro."

"A entrada na rede é mais um "título pra paredes", do ponto de vista político. Mas diferente da Brasília Patrimônio, mobiliza um interesse maior."

"Uma dimensão é a de Brasília se posicionar como uma cidade dentro de uma rede global que tem atrativos pra além da dimensão da economia pública."

"Tem uma dimensão acho que de vitrine pro país e pro mundo. O que tem importâncias significativas, por exemplo, pra área de turismo - que foi inclusive a área que coordenou a candidatura de Brasília dentro da Rede Cidades Criativas da UNESCO. A Secretaria de Cultura apoiou esse processo de uma maneira muito sistemática, mas foi uma candidatura puxada pelo Turismo. Até porque você tem hoje um perfil de turismo em Brasília com muito foco em turismo de negócios e talvez um pouco em turismo cívico, mas a possibilidade de você engajar o turista que já está na cidade pra algumas finalidades, por exemplo, de negócios, com outros atrativos de conteúdo cultural em Brasília tem um potencial imenso. "

"E uma segunda dimensão, que eu acho que é particularmente importante, até pela

a própria natureza específica e particular de Brasília - a questão da existência de um conjunto de embaixadas aqui em Brasília - é a possibilidade de você estabelecer cooperações técnicas de conhecimento junto com outras cidades que também participam da Rede Cidades Criativas da UNESCO."

"Aquilo que eu vi foi uma lista extremamente elitista de lugares realmente incríveis, lindos, gourmets. Então me pareceu uma lista extremamente elitista, direcionada para um público muito específico, como se o turismo fosse atender essa única linha. Eu achei absolutamente insatisfatório e, inclusive, na ocasião eu coloquei esse posicionamento. (...) Não corresponde, não entra na cidade, não mostram os parques da cidade, não aquece culturalmente, artisticamente a cidade."

"Foi proposto pro Distrito Federal um projeto, no meu entendimento, tímido no que diz respeito ao potencial artístico e cultural que a cidade oferece."

"Eu estou falando dele porque você deu a sorte de eu ter feito o seminário. Eu acompanhei, eu fui convidada, na época, pra fazer o seminário. (...**)** E, de lá pra cá, vou ser bem sincera: eu não vi absolutamente nenhuma movimentação no sentido de implementar e de impulsionar esse projeto."

"O design, em todos os setores hoje, é um ponto importantíssimo para o sucesso dos produtos, principalmente quando você tá tratando de arte e cultura. Então falar de design é fundamental. Colocar Brasília nesse circuito é maravilhoso, só que eu acho que o jeito inicial já foi errado, o caminho proposto não agrega e o projeto não avança."

"Aqui já está nascendo o negócio elitista, feito para poucos. Então acho que fui profética no seminário. Não precisava de muito pra saber que se não tivesse uma mudança de rumo, mesmo, o projeto não se instalaria. Brasília ia ter o título**,** mas não ia operacionalizar e é o que de fato a gente viu: o título está aí, mas

operacionalmente não acontece; o título não gerou nenhum tipo de impacto no setor artístico, nem cultural, nem gastronômico, nem nada."

"Não é um título, é um pertencimento a uma Rede de Cidades Criativas no mundo. Não existe, assim, um selo, isso é uma coisa que as pessoas criaram."

"Foram se somando umas pequenas ações voltadas pro design que juntas consolidaram a questão de Brasília Cidade Criativa do Design. Então quando saiu o pertencimento da rede, a gente já estava muito organizado nesse sentido, então foi fácil. Foi importante porque a gente começou a alavancar uma série de ações."

"A gente fez uma associação de associações. A gente mobilizou todos os segmentos de Design aqui do DF - design gráfico, design de produto, design de interiores, design de moda... a gente se reuniu como um fórum de trabalho coletivo. O pessoal de design de produtos nem tinha uma associação, nós criamos a associação nesse processo, pra fundamentar esse trabalho em conjunto. E essa turma, no mercado, acaba encontrando em concorrência - de projetos e tal -, mas estamos trabalhando junto. Então isso foi uma coisa muito importante, muito única, aqui no Distrito Federal."

"O fato de Brasília já ser patrimônio de história da humanidade facilitou - e muito - a questão de dar repercussão internacional de Brasília pertencer a cidade criativa pelo design. Porque Brasília já tem um reconhecimento notório pela arquitetura e a questão do espaço urbano, a coisa do projeto da construção dessa cidade já é uma coisa notória no mundo inteiro. Então, quando Brasília chegou nas Cidade Criativa do Design, a comunidade, a rede recebeu muito bem."

"A gente percebe que o primeiro ponto de grande importância desse pertencimento é essa interação com as cidades no mundo inteiro, que tem essa disposição para incentivar e promover economia criativa. Principalmente aquelas que estão vinculadas ao design. Isso ainda é um uma promessa latente, a gente não conseguiu

fazer isso. De fato, não tem uma interação." "A gente tem um reflexo imediato no caso de Curitiba, por ser uma cidade da economia criativa voltada pro design também, pela UNESCO. Então, lá em Curitiba, o Centro Brasil Design (CBD) que está na frente desse processo, junto com o governo. O processo de candidatura de Curitiba foi diferente do nosso. Aqui foi o governo que mobilizou, lá foi a classe das universidades e alguns profissionais."
"Eu acho que é uma movimentação muito importante, é um selo que realmente leva uma atenção qualificada - principalmente internacionalmente - pra nossa cidade. Só que o meu receio é isso ficar como se fosse um troféu ali na estante empoeirada. A gente entende que pra Brasília ser, de forma legítima, uma cidade criativa ela tem que estar exercendo isso de maneira contínua, crescente, se desenvolvendo constantemente."
"Em 2017 veio essa história do título da UNESCO. Porque enquanto tinham pessoas, como eu, que estavam ali fazendo, inscrevendo pra FAC, tendo ideia, fazendo feirinha independente, tocando seus próprios negócios; tinham outras pessoas movimentando também esse cenário à sua maneira. (...) Porque enquanto eu tava ali também no backstage do design, fazendo os meus projetos pra impulsionar outras pessoas, elas próprias me impulsionaram com os projetos delas." "E aí veio a questão da UNESCO, que até onde eu sei foi uma movimentação mais política, onde - pra ser sincera - não houve uma participação dos designers mesmo. Foram outras pessoas, de outros setores. Mais especificamente, até onde eu sei, do turismo." "Essa questão do discurso de 'Brasília Cidade Criativa do Design' eu acho que no fundo ainda está muito verde. Na prática está muito verde, tem muita água pra correr ainda. Porque é muito mais um discurso do que de fato uma questão aplicada real. Mas é muito novo também.

"Eu acho que é uma oportunidade pra gente engrossar, reforçar, um discurso que está sendo construído."

"As meninas adoram falar isso: “Brasília tem Design no seu DNA”. Eu acho legal, é meio que uma propaganda. Brasília, Cidade Criativa do Design. Então, já que a gente tem essa herança, vamos aproveitar esse gancho pra puxar outras coisas."

"(...) você ter um título da UNESCO é uma grife. Então isso já te traz um diferencial competitivo, um posicionamento e reconhecimento internacional. Assim como o título de Brasília patrimônio mundial. Mas um título por si só não diz nada se ele não estiver imbuído de uma política pública muito bem estruturada por detrás disso, que realmente fomente a agenda criativa local, que invista nos empreendedores criativos. Que, enfim, se estruture pra essa cena, pra cidade ser realmente uma plataforma de uma cena criativa. Então eu acho que o título serviu muito pra sensibilizar e até assim dar uma chacoalhada no modelo mental, dar um provocada numa mudança de modelo mental dos gestores públicos. Porque o movimento das cidades criativas vem muito do tornar as cidades lugares pra se viver, da sua população ocupando e sendo mais protagonista dos espaços públicos, por exemplo. Então, isso a gente começou a ver uma mudança, isso ganhou muito mais força. Esse título, de alguma forma, deu muito mais força para aqueles empreendedores que já vinham buscando atuar dessa forma."

"Brasília nasce sob o signo do design. Ela nasce de Design, um design único. E não só isso, mas a cena do design na cidade começa a crescer exponencialmente. E aí nesse mesmo ano em que Brasília se candidatou, foi realizada a primeira Mostra Brasileira Design e a Expo Brasília Design. (...) Numa cena do design em todas as suas linguagens: Design gráfico, design de produtos diversos, design de mobiliário, mobiliário urbano também."

Que expectativas destaca para a participação de Brasília na RCCU?
“(A expectativa) Era de destino turístico.”
"A possibilidade de você engajar o turista que já está na cidade pra algumas finalidades, por exemplo, de negócios, com outros atrativos de conteúdo cultural em Brasília tem um potencial imenso." "E uma segunda dimensão, que eu acho que é particularmente importante, até pela a própria natureza específica e particular de Brasília - a questão da existência de um conjunto de embaixadas aqui em Brasília - é a possibilidade de estabelecer cooperações técnicas de conhecimento junto com outras cidades que também participam da Rede Cidades Criativas da UNESCO. Algumas ações já foram feitas nesse sentido, até a partir da própria candidatura, e depois como consequência da candidatura, por exemplo com outras cidades brasileiras a gente conseguir estabelecer esses processos de troca, de cooperação técnica, de compartilhamento de conhecimento." "Dentro, inclusive, do documento de candidatura as duas principais linhas de ação que foram previstas foram exatamente essas duas: posicionar Brasília nessa vitrine internacional, para fins inclusive de fortalecimento do *trader* turístico local, e o estabelecimento das cooperações técnicas." "Na dimensão econômica, a grande expectativa é fortalecer tanto o *trader* turístico, dar esse apoio a essa primeira dimensão da vitrine que eu comentei antes, mas também estimular tanto o processo de impacto federativo mas também de captação de fontes internacionais de recurso voltados ao fomento a cultura local." "Então você tem hoje aqui esse 'espelho quebrado da cara do Brasil', que é Brasília, e a possibilidade também de fazer conexão com outras experiências de outros lugares do país, de outros lugares da América Latina e também de outros lugares do

mundo. Eu acho que isso também tem uma dimensão de enriquecimento simbólico dos conteúdos e repertórios locais, que é muito importante."

"Dentro da dimensão cidadã, uma provocação que a candidatura já faz na cidade: obviamente é importante uma conexão pra fora, mas também é fundamental uma conexão pra dentro. Ou seja, pra cidade criativa se materializar de uma chancela pra uma dinâmica e uma praxe social dentro da cidade, é fundamental que os conjuntos de agentes - atores institucionais e não institucionais da cidade - estabeleçam relação de comunicação e relação de cooperação mais orgânicas."

"E eu acho que as redes cidades criativas não necessariamente implementa esse, mas provoca esse processo: da cidade ver o processo urbano e o processo social, como também o processo de conexão. Então talvez uma expectativa que eu também tinha muito forte é de como Brasília olha de uma maneira mais policêntrica pra relação que se estabelece com as outras regiões administrativas. (...) Dentro da chave de produção musical, de artes cênicas, a importância de cidades como Ceilândia, Guará, Gama, Taguatinga, e outras regiões administrativas são de fundamental importância pelo próprio conteúdo cultural."

"Foi feito um seminário maravilhoso e foi apresentado a experiência de como as cidades se oportunizaram desse título e dessa condição de cidade criativa para implementar a economia global da cidade, através desse fazer artística e cultural, também associada muito à questão do turismo. Então elas conseguiram dar um grande impulso econômico no que diz respeito à geração de empregos e renda. Eu acho que aqui a gente está absolutamente a anos luz disso."

"Aqui é impossível com essa proposta que é um café no Lago Sul, café na Asa Norte, um café na Asa Sul, um café no hotel caríssimo, uma feira que acontece e que só quem tem acesso é classe média e classe média alta (porque classe alta não vai em feira, a gente sabe disso). Então eu achei um desenho insuficiente. Não corresponde, não entra na cidade, não mostram os parques da cidade, não aquece culturalmente,

artisticamente a cidade."

"Eu estou falando dele porque você deu a sorte de eu ter feito o seminário. Eu acompanhei, eu fui convidada, na época, pra fazer o seminário. Quando eu saí, eu saí completamente aborrecida, frustrada. E, de lá pra cá, vou ser bem sincera com você: eu não vi absolutamente nenhuma movimentação no sentido de implementar e de impulsionar esse projeto."

“Brasília é muito carente para o turista que vem conhecer e quer conhecer. Ele não quer ficar pingando de café em café. Ele quer conhecer pontos peculiares, ele quer ser acolhido de alguma forma por eventos onde ele encontra as pessoas do dia a dia. O que é, aliás, a proposta do projeto. Foi o que aconteceu nas outras cidades. As outra**s** cidades fizeram um levantamento que diz que o turista quer ir aonde as pessoas da cidade estão, ele quer ele quer ser um turista orgânico. E o projeto não favorece isso."

"Eu falo com todas as palavras: foi frustrante. E falo mais: começou errado."

"Isso é o mais crucial. É valorizar o trabalhador desse setor. Se você valoriza ele, você enaltece ele, você tem um ganho de produção impressionante. Porque a gente já produz muito e bem sem ser valorizado, imagina sendo valorizado."

"Tem esses encontros anuais aqui no Brasil, de Cidades Criativas do Design, que hoje é Fortaleza, Curitiba e Brasília. Era pra ser (anualmente), mas por causa da pandemia atrapalhou bastante. Mas a ideia é que se forme mesmo uma colisão aqui, nacional primeiro."

"A gente percebe que o primeiro ponto de grande importância desse pertencimento é essa interação com as cidades no mundo inteiro, que tem essa disposição para incentivar e promover economia criativa. Principalmente aquelas que estão vinculadas ao design. Isso ainda é um uma promessa latente, a gente não conseguiu

fazer isso, ainda. De fato, não tem uma interação."

"É aquela coisa: joga uma pedrinha no rio, tem uma série de ondas. A pedrinha que caiu lá no centro não tem noção do que está acontecendo no final da reverberação dessas ondas, mas a coisa funciona assim. Pode ser que o que está acontecendo no Design do Distrito Federal não tenha diretamente a relação com a coisa do pertencimento à Rede Criativa, mas de uma forma indireta - de longo prazo - com certeza tem. Porque foi uma reverberação desse começo de ações. Tanto que essa Semana do Design que vai acontecer em agosto é quase uma consolidação disso."

"Teve algumas surpresas. Foi muito importante exatamente esse trabalho coeso com os profissionais. Isso não esperava que acontecesse. Já aconteceu logo de cara, logo no início do processo, em 2017. A gente acabou de assumir essa cadeira na Rede de Cidades Criativas e já criamos essa coesão de associações."

"Eu esperava que esse conhecimento inicial entre nós favorecesse exatamente primeiro essa ação interna nossa, depois a nacional e depois, de fato, explorar esse potencial que existe na rede mundial de prática criativa."

"As pessoas, quando estão ali na liderança dos processos e se dispõe a se encontrar, conversar sobre um projeto comum, daí pra frente flui muito rápido. Então eu tenho uma expectativa de que, no prazo máximo de uns cinco anos, Brasília estará de fato conversando com a rede de cidades criativas no mundo, integrada efetivamente. Não só nominalmente, realmente integrada. Conversando, se não com todas, pelo menos com as mais imediatas, de Portugal, os países mais próximos, França, Itália, os latinos, enfim. Acredito que em Brasília isso vai ser muito favorecido por causa das embaixadas."

"Essa disposição do processo criativo, essa disponibilidade, ela é internacional. Ela vai fluir com mais tranquilidade. A dificuldade é só cultural e de operação, assim,

como é que isso vai se consolidar."

"Um seminário reunindo as pessoas da economia criativa, na hora sai uma ebulição de ideias, de oportunidades pra que o pessoal saia daquele espaço e cada um vá pro seu canto começar a promover mudanças dentro da sua bolha de atuação. E acaba perdendo o contato novamente. Então esse espaço vai ser muito importante pras pessoas estarem próximas e poder facilitar essa interação. (...) tá em encaminhamento, tá em andamento. Isso só foi possível, na área de Design, por causa de Brasília pertencer a essa rede mundial de cidades criativas. Porque o fato das pessoas se reunirem em função desse pertencimento da rede criou uma série de possibilidades de ação conjunta pro Design, aqui no DF."

"Eu não participei muito da candidatura. Eu lembro que teve uma primeira, que foi tentando como polo gastronômico, que não deu certo. E a segunda, como ficou muito vinculada a esse design, vamos dizer, mais alto padrão, que eu acho muito nichado aqui na cidade (ele é de excelente qualidade, tem players incríveis, mas eu acho muito nichado), ficou muito restrito a alguns círculos, a alguns segmentos."

"Eu não enxergo, vamos dizer assim, uma política de Estado. Tipo: somos isso, então quem é o responsável por isso, quais são as verbas, onde é que a gente se encontra pra conversar a respeito, quem senta pra conversar. Pode ser até que exista, de uma forma mais burocrática e seguindo esse rito governamental. Mas de forma prática ainda é muito pouco integrada com os stakeholders da cidade."

"A adesão à rede foi um passo positivo e podia ter representado justamente a gente começar a ter um alinhamento de um horizonte de Estado, e não de Governo. A gente ainda é muito refém dessa coisa de governo. Troca o governo e muda muita coisa. (...) poderia ser justamente o fator gerador de uma força que falasse “Olha, existem esses compromissos aqui que encontram uma visão de Estado”. E o que fazer bem pra cidade nuns cinco ano**s**, dez anos, vinte anos. Num plano de planejamento mais estruturado e isso eu vejo que ainda precisa ser fortalecido."

"Os próximos passos a gente tem que entender como, de fato, integrar num modelo de cidade que seja mais democrático, que não fique essa cidade do design apenas aqui conceitual, apenas aqui em cima, onde você tem cinco, quatro figuras superemblemáticas. E que, de fato, seja um arranjo sistêmico, que vá virar um diferencial produtivo de valor pra nossa região. Então se somos uma cidade do design, vamos exportar design. Que seja por meio de formação, que seja por meio de produtos, que seja por meio de carpinteiro, de serralheiro, marceneiro."

"Brasília sempre vai aparecer. Rio, São Paulo, Minas e Brasília. Sempre tem alguém de Brasília. De fato, a gente tem uma profissão relevante. Mas o título em si, para mim, ainda é um discurso político que não cumpriu com as expectativas que eu tinha. Eu gostaria de ter mais resultados, mais ações, mais envolvimento político."

"Eu acho que 'Brasília Cidade Criativa do Design' é uma semente, ainda. Quando foi lançado, foi aquele papo de político - mil coisas - e nós, do Design, as criancinhas ansiosas para que a gente tivesse mais oportunidades, mais editais, mais incentivo..."

"De fato, existe um movimento. Mas eu achava que esse movimento fosse ser mais acelerado, em termos, por exemplo, de eventos que existem e projetos culturais... de repente, com mais verba pra acontecer, pra gente poder divulgar melhor. Porque fica tudo muito no limite."

"Eu acho que até poderiam ter a mais ações da UNESCO. Que que a UNESCO tá fazendo aqui, de verdade? Eu não tô sabendo. E eu sou uma pessoa bastante envolvida e bastante atuante nesse meio. E eu não vejo isso acontecendo, nunca ninguém da UNESCO me ligou, nunca recebi um e-mail pra falar alguma coisa."

"A gente desenvolveu uma marca, um lugar, um engajamento de todos, todo mundo falar a mesma língua e se sentir representado ali. Mas não existia - nem existe ainda

- na cidade uma marca-lugar, algo que realmente fosse imbuído de todos. Como o projeto partiu de uma candidatura da Secretaria de Turismo, precisa ter o compromisso também do governador. Acabou que o Turismo tocava sozinho, não era nem um projeto de um governo, que isso fosse implementado na marca, ou que existisse uma campanha que disseminasse isso. Nada disso foi pensado. Ou que tivesse um plano de continuidade, para comunicar efetivamente esse título da forma devida e com ações realmente consistentes, e que desse sustentabilidade pra essa política pública que estava sendo fomentada a partir da atração do título."

"Enquanto rede, a gente sentiu que ela possibilita uma conexão com as cidades do mundo todo, mas não há nenhum tipo de assistência técnica, de uma animação de uma rede, de uma plataforma em que essas cidades interajam. Ela apresenta um dossiê bem robusto, que é analisado, aprovado ou não. A partir do reconhecimento pela UNESCO tem algumas diretrizes que precisa seguir, que vai ser revisitada a cada três anos pra manutenção desse título, mas não tem nenhum tipo de conexão efetiva, ou de algum apoio que faça essas cidades efetivamente se desenvolverem, prosperarem. Enfim, receber algum tipo de apoio, de incentivo, seja lá o que for. Você não recebe nem apoio técnico, nem apoio financeiro, nem apoio de nada. Tudo você que tem que fazer."

"Às vezes o turismo ainda é muito visto de uma forma equivocada, ou mesmo sem noção do quanto que isso pode contribuir pro desenvolvimento sustentável de um lugar. E aí falando assim do ponto de vista socioeconômico, sociocultural e ambiental. A gente sabe que o turismo é uma atividade transversal e que a matéria prima dele - o que faz as pessoas se deslocarem de um lugar pro outro - é o meio ambiente, a cultura, a natureza, e as pessoas, e o que essas pessoas fazem. Seja expressa na gastronomia, na música, no teatro, no cinema, enfim."

Na sua perspectiva, a Criatividade e o Desenvolvimento Sustentável têm estado no centro das políticas e planos do Governo? A adesão à RCCU influenciou essa posição?
"A pressão vem de baixo, aqui. O fato de Brasília ter entrado na Rede e logo depois ter mudado o governo, enfraqueceu o discurso. (...) Mas os criativos sabendo disso, rola uma pressão de baixo pra cima. Uma articulação desmacular, de baixo pra cima, mesmo. Porque o de cima pra baixo esqueceram um pouco, e como há uma pressão de baixo pra cima acaba surtindo alguns efeitos e tal." "Por parte do governo, não há um debate, uma promoção de um debate qualificado. A própria participação do governo nas instâncias de debate é muito incipiente. Não tem uma política. Ainda não." "Hoje, no Governo do Distrito Federal, a vinculação é com a especulação imobiliária. Então essas pressões que esses centros de resistência cultural sofreram ao longo desse governo foram em favor do capital, não em favor do fortalecimento da cultura."
"Temos uma transição de 'Secretaria de Cultura' para 'Secretaria de Cultura e Economia Criativa' na mudança de um governo para o outro. É claro que a institucionalidade é uma dimensão muito importante, mas ela não é a totalidade da materialidade da importância da Agenda. Não sei dizer exatamente se ela ganhou maior projeção após o reconhecimento de Brasília como Cidade do Design. Tivemos uma mudança de governo praticamente um ano depois do reconhecimento formal." "Eu acho que é interessante ver a questão de alocação de alocação de recurso financeiros dentro de LOA pra ter uma dimensão mais objetiva disso. Não vejo que está sendo investido dentro dessa "nomenclatura" de economia criativa mais recursos do que eram antes, mas você teve um reposicionamento e uma remodelagem que, pelo menos na aparência da institucionalidade, você tem um

maior destaque pra pauta da economia criativa." "A questão que eu acho importante relatar é a extinção do Ministério da Cultura. Muitas das ações que a gente fazia na agenda de economia criativa dentro do Distrito Federal tinham uma articulação direta com a agenda de economia criativa no Ministério da Cultura."
"Nem passou perto. A Rede não tem hoje nenhum impacto no setor artístico e cultural do Distrito Federal. Se tiver, é mínimo, uma coisa assim que a gente não percebe." "Por mais que a gente tenha como característica qualidade na nossa produção artística e cultural - e isso é um fato, tanto é que a gente passa com muita facilidade essas fronteiras, a gente tem um teatro premiado, um circo premiado, cinema premiado, tem muitos artistas plásticos muito valorizados no mercado de artes visuais, a nossa arte urbana é referência e dialoga de igual pra igual com a arte urbana paulista, carioca, de Pernambuco, de Minas. Por mais que a gente tenha isso, é uma conquista do próprio setor."
"A gente teve essa pandemia, a saúde foi prioridade nesses dois últimos anos. Mas nesse tempo eu posso afirmar - de 2015 pra cá - com certeza sempre foi. Esteve no plano de gestão, independente de governo ou de liderança política. A economia criativa esteve entre as principais metas, estando presente principalmente por causa do Fundo de Apoio à Cultura. Depois, com aquela criação da Fundação de Apoio à Pesquisa (FAP-DF)." "Mesmo durante a Pandemia, a Secretaria de Cultura no pouco orçamento disponível pra Cultura - sempre foi pequeno - ainda criaram dois momentos importantes: a Lei Aldir Blanc e o edital da FAC de apoio financeiro à economia criativa. Foram dois editais importantes que ajudou a comunidade de aristas e pessoal de eventos que ficou sem trabalho, praticamente. É uma prova que, mesmo

durante a pandemia, a Economia Criativa foi uma preocupação do governo, uma prioridade."

"Eu participei do Fórum Econômico da Economia Criativa, pela da Secretaria de Economia, no início do ano passado (...) com representações de várias entidades da classe economia criativa pra avaliar o dano que a pandemia causou e o que poderia ser feito pra revitalizar esse processo, retomar o crescimento econômico dessa classe. E foi em outra secretaria, foi a Secretaria de Economia, e geralmente a gente não tem esse encontro. Eu fiz questão de afirmar isso: foi a primeira vez que a Secretaria de Economia parou pra escutar a economia criativa no DF, as pessoas que estão fazendo alguma coisa pela economia criativa."

"Não. (...) Eu acho que a adesão à rede foi um passo positivo e podia ter representado, justamente, a gente começar a ter um alinhamento de um horizonte de Estado, e não de Governo. A gente ainda é muito refém dessa coisa de governo. Troca o governo e muda muita coisa. Por exemplo, na minha opinião hoje a Secretaria de Cultura - que mudou o seu nome pra Secretaria de Cultura e Economia Criativa - enxerga mais a nossa indústria sobre um aspecto de assistencialismo, onde eu tenho que 'dar grana pra esses meninos pra ajudar eles a sobreviverem', do que sobre um aspecto de como um setor produtivo importante da sociedade."

"Fazer parte da Rede Cidades Criativas poderia ser o fator gerador de uma força que falasse “Olha, existem esses compromissos aqui que vão e encontram uma visão de Estado”. E o que fazer bem pra cidade nuns cinco ano**s**, dez anos, vinte anos, num planejamento mais estruturado. E isso eu vejo que ainda precisa ser fortalecido."

"E o risco começa a ficar muito grande, porque a legislação aqui joga basicamente toda responsabilidade em cima do produtor do evento - sobre o perímetro onde ele está fazendo o evento e sobre o raio de onde ele está fazendo o evento. Então eu não só sou responsável sobre ter alguma criança consumindo bebida alcoólica dentro do raio do dentro do perímetro cercado do evento, onde eu tenho segurança

e tal, mas o poder público quer que eu seja responsável também sobre quem está consumindo no raio de onde o evento está acontecendo. Só que ele não fornece, o que ao nosso ver, é uma questão de segurança pública. Estamos trazendo pessoas para usar a cidade, mas ao invés do Estado enxergar isso como situação de oportunidade e nos dar retaguarda pra que isso aconteça de forma bem feita, o Estado fala “olha, eu preciso que você cuide disso aqui - que teoricamente seria uma responsabilidade minha”. Então começa uma terceirização de responsabilidades que gera uma pressão descomunal."

"Para você conseguir grandes marcas fora do eixo Rio-São Paulo, seja por não ter muita credibilidade dos meios de comunicação, seja por ela não ter escritórios muito estruturados fora de São Paulo, isso só acontece por meio de recurso incentivado. Recurso incentivado são as leis de incentivo, que é a lei local e a lei Rouanet (que é a lei federal)."

"Começa a haver a ‘demonização’ da Rouanet, que contaminaria a lei de incentivo local, que foi o que aconteceu. Tanto que a Lei de Incentivo de Brasília em 2018, 2019 e 2020 não executou nem 20% da verba disponível. (...) Infelizmente, eu dou o exemplo da Lei de Incentivo à Cultura, que ficou dois/três anos parada e que era o que permitia os players locais atingirem as grandes verbas de patrocínio privadas. O FAC também ficou parado um tempão, mas nesse sentido até fez muita gente se movimentar e se organizar, se estruturar. E falta ainda muita gente entender a questão da transversalidade."

"E uma das grandes lacunas que a gente tem é a falta, ausência de informação, de números. (...) Hoje um dos grandes projetos que está em andamento é uma pesquisa - como se fosse um censo - da Indústria Criativa do Distrito Federal e do entorno, que está sendo feito pela Universidade Católica de Brasília. (...) E parte da pesquisa é a estruturação dos potenciais hubs já existentes no DF, para que os recursos possam ser aplicados de forma mais assertiva. (...) Já vai entregar alguns

primeiros resultados agora, no primeiro semestre de 2022 e ela deve estar conclusa até o primeiro semestre de 2023. No nosso entendimento, é algo que não existe na América Latina, do nível de informação, do nível da qualidade de informação. Acho que ela vai representar um diferencial competitivo muito grande pra nossa região."
"Criatividades, sim, de alguma forma. Porque aí expande, não é só design, tem mil áreas. Mas, sinceramente, da parte da questão sustentável eu acho que existe um interesse, mas não acho que ele está tão escancarado ainda. Acho que é uma intenção**,** mas não vejo ainda como uma regra." "Não [acho que a adesão à RCCU influenciou essa posição]. Acho que é muito cedo pra dizer, pra afirmar. Como eu falei, eu enxergo isso como um discurso." "Tem dois aspectos, eu acho principais que me surgem agora na minha mente. Tem a Brasília política, onde é um universo super pobre em termos de criatividade, que é uma bolha que existe aqui que não encontrou a nossa bolha - é um mundo onde o design é completamente desconhecido, arte é visto como algo supérfluo, ou esquisita, ou completamente desnecessário. (...) Por outro lado, eu enxergo que existe uma movimentação política a favor da minha atuação profissional. Eles percebem que há uma oportunidade de desenvolvimento, uma oportunidade política de expansão. Mas eu acho que é mais um oportunismo, do que de fato um reconhecimento."
"Então, assim, no Federal... a Cultura foi extinta, praticamente. Então isso, por si só, já responde muito da sua pergunta." "Eu particularmente estava no [Secretaria de] Turismo (...). Muito pouco foi feito, tá? No GDF em si, o que deveria ser algo transversal de todo o governo, todo o governo ter essa marca e falar a mesma língua e imprimir esforços." "Você vê, nos países desenvolvidos, o que é a indústria do entretenimento e da

criatividade dentro do PIB. Aqui ainda não tem essa consciência, a gente ainda tem um país com políticas muito conservadoras. Mas a gente vem aos poucos conquistando e mostrando. A gente entendeu que trazer uma rede brasileira, com a força que a gente quer trazer, tem tudo pra colaborar pra transformação desse cenário. Pra colocar a criatividade no centro das políticas. Criatividade e inovação, entendendo que as cidades criativas vão ser plataformas de inovação e desenvolvimento territorial." "[Foi desenvolvida] uma marca, um lugar, um engajamento de todos, todo mundo falar a mesma língua e se sentir representado ali. Mas não existia - nem existe ainda - na cidade uma marca-lugar, algo que realmente fosse imbuído de todos. Como o projeto partiu de uma candidatura da Secretaria de Turismo, precisa ter o compromisso também do governador. Acabou que o Turismo tocava sozinho, não era nem um projeto de um governo que isso fosse implementado na marca, ou que existisse uma campanha que disseminasse isso. Nada disso foi pensado." "Foi com muito custo que conseguimos incluir a Rede Brasileira no planejamento estratégico do Ministério do Turismo. Mas esse foi um ganho, porque agora o Ministério do Turismo tem que entregar essa Rede até o final desse governo. E o que foi mais frágil ainda foi o fato de o Ministério da Cultura ter sido extinguido."

E a imagem de Brasília na sua população e no público externo, foi alterada com a adesão à RCCU? Em que sentido(s)?
"Não saberia te dizer, mas eu acho que não ainda. Acho que, de fato, o que foi interessante foi ampliar esse debate aqui. E tudo isso que eu tô te falando, até essas críticas, eu acho que faz parte desse amadurecimento. Não é algo que está fechado."
"Pra população interna, acho que não. Acho que não é algo que a gente conseguiu atingir ainda, a partir do reconhecimento dessa chancela da UNESCO. Uma coisa que a própria UNESCO falava, na época em que a gente estava mais envolvido nesse

processo: tão importante quanto a chancela, que é o produto final, é também o processo de candidatura. (...) Para a população em geral acho que não, mas para alguns determinados grupos sociais da população, eu acho que sim. Houve uma mudança de imagem e de percepção, inclusive de como as relações junto ao poder público poderiam ser operadas." "Pro público externo eu acho que isso é uma construção institucional gradual. (...) Quando você manda, em última instância, por meio do Conexão Cultura DF, alguns artistas do Distrito Federal pra participar de plataformas internacionais de difusão cultural, pra participar desses outros eventos nacionais, é claro que isso, na micropolítica, ajuda a contribuir pra uma mudança de uma percepção menos unilateral da cidade. Porque a cidade tem uma produção cultural que vai muito além simplesmente da dimensão política institucionalizada, que a cidade tem de maneira muito exacerbada principalmente nas mídias convencionais."
"Pro público externo eu não tenho como avaliar, porque de fato eu não vi um crescimento [do turismo]." "Internamente, o impacto considero irrelevante, eu não acho que tenha impacto. Mesmo conhecendo muitos artistas que trabalham com essa rede, que atende uma classe média alta, e que toca bares e fazem esse tipo de evento, eu não vi nenhum tipo de reverberação." "Quando lançou o projeto já tinha um monte de gente engajada. Isso é uma coisa importante também: aqui a gente tem sempre uma coisa de cima pra baixo, e não é tão pra baixo assim. É de cima pra cima, fica ali, e não gera engajamento. Você faz um seminário para poucas pessoas e a coisa fica muito assim, nesse lugar."
"O que está mudando aqui no DF: as pessoas já começam a perceber e qualificar a questão do design gráfico, design de produto, design de interiores como uma coisa desenvolvida por um profissional. Um projeto onde tem um problema, é

desenvolvida uma solução, prototipada uma entrega, uma solução definitiva. Então isso começa a ser uma coisa percebida pela comunidade. Em função disso, aumentou a quantidade de cursos superiores voltado pro design, pra economia criativa."

"Acho que efetivamente a gente não tem muita coisa. Em termos de dentro do DF eu já te contei que tem muita coisa acontecendo, mas fora do DF eu acho muito pouco ainda, muito incipiente. Mas eu acho que é um processo natural, porque a gente precisa primeiro se reconhecer, internamente, aqui no Distrito Federal."

"Quando fala em economia criativa, a gente percebe que essa terminologia e a relação de profissionais que pertencem a essa classe ainda é uma bolha. Existe um movimento de alta percepção entre designers, entre artistas, entre músicos. A gente fica meio que preso numa bolha. A grande parte da população do Brasil - não tenho esses dados estatísticos agora, mas com certeza a grande maioria da população brasileira - não identifica isso."

"A Brasília tem esse reflexo da percepção da cidade política, mas nessa bolha, no Brasil, em qualquer região do país, se você falar com quem pertence à Economia Criativa as pessoas vão perceber Brasília primeiro como uma nascente de potencial da economia criativa (na música, no teatro, no design...). Praticamente em todas as regiões do Brasil, quem trabalha, quem convive, quem se relaciona com a área de trabalho, com os profissionais da economia criativa, percebe em Brasília potencialmente uma região de grande notoriedade e de nascente na economia criativa. O resto da população já é diferente, a grande massa ainda percebe Brasília com cidade política."

"Brasília antigamente nem existia, então a gente está falando de uma história muito recente. Mas de fato o nome de Brasília, assim como na música - você tem o choro, o rock e tal -, produz vários talentos muito relevantes pro Brasil."

"Eu acho que o que falta é conectar os pontos para criar uma cena, algo mais unificado, para que as pessoas fiquem sabendo disso: que nós somos uma Cidade Criativa. Para que venham mais pessoas e para que as pessoas daqui vivam isso de fato. Lembra que você perguntou da relação Brasília e Política? Ao mesmo tempo que existe, ainda é para uma bolha. (...) Tem que furar as bolhas. Eu acho que é mais isso, a gente precisa se conectar mais, expandir para que os outros mundos conheçam a gente assim, em todos os sentidos criativos."

"Ainda existe uma boa parcela da cidade que não tem acesso, que não tem conhecimento, as vezes não tem acesso em todos os sentidos: não só o econômico, mas de uma ignorância. Não conhece seja por idade, ou gosto, ou porque a informação não chega mesmo."

"Esse aspecto [político] tem um impacto muito negativo na imagem do destino Brasília. Porque ser uma cidade criativa é ser uma cidade atraente e que desperta o olhar de outras cidades. No turismo a gente chama como um diferencial competitivo. É um distintivo, ela tem um diferencial. Ela é muito singular."

"Brasília, assim como todas as cidades, é revisitada a cada três anos, pra ver se a coisa está acontecendo e evoluindo. Então de alguma forma isso é um compromisso, né? Imagina Brasília perder esse título? Então isso acaba forçando que os entes públicos façam algo em prol."

Como considera que tem ocorrido, na prática, a participação da Cidade na Rede?
"Não houve nesses quatro anos uma ação de coordenar que resultasse em alguma coisa. Não teve uma ação política ordenada, circulada, não houve. A questão é que Brasília é tão pulsante do ponto de vista de produção cultural, que a gente conseguiu fazer um relatório porque tinha produção na cidade. Mas não como resultado de uma política."

"Como existe uma produção cultural muito forte aqui, bottom-up, tem uma pressão, tem uma cobrança. Isso percebe-se. Não sei onde vai dar. Mas não há política."
"Hoje você tem um sistema bem menos fragmentado do que a gente tinha antes do processo de candidatura. Mas, mais do que o produto chancela, o processo de candidatura foi o que principalmente propiciou esse legado de uma maior articulação do sistema design local. Não que ele seja hoje totalmente orgânico, ainda existe uma fragmentação. Hoje você consegue fazer uma articulação maior, um entendimento mais solidário - digamos assim - dos diferentes agentes que compõem esse processo." "É a diferença entre o produto e o processo do que significa a Rede Cidades Criativas da UNESCO. Então eu acho que o processo, sim, pode ter contribuído. Eu acho que o processo de articulação do design ter se posicionado de maneira mais próxima entre si e com o poder público, eu acho que pode ter contribuições pra outras áreas que extrapolam agendas específicas da cultura e do turismo." "A facilidade de conseguir mobilizar os agentes design pra estarem presentes no evento foi muito maior do que eu me lembro das primeiras reuniões, onde ainda estava no processo de candidatura de Brasília da Rede Cidades Criativas da UNESCO."
"A Rede não tem hoje nenhum impacto no setor artístico e cultural do Distrito Federal. Se tiver, é mínimo, uma coisa assim que a gente não percebe." "Não vi nenhum subsídio voltado pra implementação, eu vou ser bem sincera. Se você não estivesse falando comigo sobre ele, eu nem saberia que ele ainda existe. Pra você ver o tamanho da fragilidade do projeto aqui no Distrito Federal." "Não precisava de muito pra saber que se não tivesse uma mudança de rumo, mesmo, o projeto não se instalaria. Brasília ia ter o título**,** mas não ia

operacionalizar. E é o que de fato a gente viu: o título está aí, mas operacionalmente não acontece; o título não gerou nenhum tipo de impacto no setor artístico, nem cultural, nem gastronômico, nem nada."

"A gente fez uma associação de associações. A gente mobilizou todos os segmentos de Design aqui do DF - design gráfico, design de produto, design de interiores, design de moda - e se reuniu como um fórum de trabalho coletivo. O pessoal de design de produtos nem tinha uma associação, nós criamos a associação nesse processo. E essa turma, no mercado, são concorrentes - de projetos e tal -, mas estamos trabalhando junto."

"Nós fizemos, por exemplo, um seminário de sensibilização com as lideranças comunitárias aqui do DF junto com a Administração Regional do Plano Piloto e com a Secretaria de Turismo."

"A gente percebe que o primeiro ponto de grande importância desse pertencimento é essa interação com as cidades no mundo inteiro, que tem essa disposição para incentivar e promover economia criativa. Isso ainda é um uma promessa latente, a gente não conseguiu fazer isso, ainda. De fato, não tem uma interação."

"Nada de concreto aconteceu, por causa da pandemia, mas o fato de a gente estar perto das embaixadas facilita bastante essa interação."

"Não sei se foi coincidência, mas em 2018/2019 aconteceram a série de eventos favorecidos pela questão do design. A gente teve dois fóruns, palestras, seminários..."

"Em Brasília tem a Torre Digital, e tem lá uma série de espaço público e a gente teve uma felicidade - com apoio da Secretaria de Turismo - de estabelecer, lá, o primeiro Centro de Atendimento ao Turista voltado pro Design."

"Aqui na Fecomércio tem a Câmara de Economia Criativa, que é uma ação extremamente importante de coesão dessas pessoas. A Secretaria de Turismo está ampliando o espaço aqui na W3 Sul, está sendo revitalizada (...). Tem uma proposta de sediar, ali, essas lideranças da economia criativa, num espaço só, pra facilitar exatamente essa interação. (...) Isso só foi possível, na área de Design, por causa de Brasília pertencer a essa rede mundial de cidades criativas. Porque o fato das pessoas se reunirem em função desse pertencimento da rede criou uma série de possibilidades de ação conjunta pro Design, aqui no DF."

"O que está mudando aqui no DF: as pessoas já começam a perceber e qualificar a questão do design gráfico, design de produto, design de interiores como uma coisa desenvolvida por um profissional. Um projeto onde tem um problema, é desenvolvida uma solução, prototipada uma entrega, uma solução definitiva. Então isso começa a ser uma coisa percebida pela comunidade. Em função disso, aumentou a quantidade de cursos superiores voltado pro design, pra economia criativa."

"Tem um grupo de estudantes que se interessam**,** mas não sabe exatamente o que acontece com esse profissional, aí eu vou falar numa pequena palestra de grupo pequeno de estudantes. Isso não acontecia antes de Brasília pertencer à rede Cidade Criativa, então isso foi um catalizador mesmo. A gente diz às pessoas da comunidade perceber o que significa design, onde a gente trabalha, onde a gente atua. (...) Teve época aqui que tinha que ensinar, explicar pras pessoas o que que nós trabalhávamos. Hoje não precisa mais. As pessoas já contratam, já vão procurando a contratação pelo profissional de design com a qualificação específica. (...) As pessoas não estão procurando um profissional de designer pra criação de projetos por causa de Brasília pertencer a Rede de Cidades Criativas. Mas essa procura pelo designer deriva da informação que chegou a partir desse pertencimento."

"É aquela coisa: joga uma pedrinha no rio, tem uma série de ondas. A pedrinha que

caiu lá no centro não tem noção do que está acontecendo no final da reverberação dessas ondas, mas a coisa funciona assim. Pode ser que o que está acontecendo no Design do Distrito Federal não tenha diretamente a relação com a coisa do pertencimento a entidade criativa, mas de uma forma indireta - de longo prazo - com certeza tem. Porque foi uma reverberação desse começo de ações. Tanto que essa Semana do Design que vai acontecer em agosto é quase uma consolidação disso."

"Fora da nossa caixinha ainda não aconteceu muita coisa. Mas existe uma promessa grande de acontecer."

"A UNESCO sempre esteve disponível. No lançamento do CAT eu tive a oportunidade de conversar com um representante da UNESCO. E existe uma disponibilidade mesmo da UNESCO em ajudar e poder participar. Mas a atuação da UNESCO, de fato, fica limitada à inspeção do interesse do governo - dentro da interação aqui em Brasília, no caso do DF, porque o nosso processo de filiação à rede foi pelo Governo."

"A gente tem uma bolha ali, uma bolha inteligente, consciente, importante, que tá desenvolvendo ações considerando os ODS praticamente todos, mas é um grupo pequeno que pode estar fazendo isso. É muito maior do que cinco anos atrás. Por isso que eu falo que historicamente, culturalmente, isso vai acontecer em algum momento."

"Eu não enxergo, vamos dizer assim, uma política de Estado. Tipo: somos isso, então quem é o responsável por isso, quais são as verbas, onde é que a gente se encontra pra conversar a respeito, quem senta pra conversar. Pode ser até que exista, de uma forma mais burocrática e seguindo esse rito governamental. Mas de forma prática ainda é muito pouco integrada com os stakeholders da cidade."

"Na prática está muito verde, tem muita água pra correr ainda. Porque é muito mais um discurso do que de fato uma questão aplicada real. Mas é muito novo também."

"De fato, existe um movimento. Mas eu achava que esse movimento fosse ser mais acelerado, em termos, por exemplo, de eventos que existem e projetos culturais... de repente, com mais verba pra acontecer, pra gente poder divulgar melhor. Porque fica tudo muito no limite."

"Eu acho que até poderiam ter a mais ações da UNESCO. Que que a UNESCO tá fazendo aqui, de verdade? Eu não tô sabendo. E eu sou uma pessoa bastante envolvida e bastante atuante nesse meio. E eu não vejo isso acontecendo, nunca ninguém da UNESCO me ligou, nunca recebi um e-mail pra falar alguma coisa."

"Eu diria que no início desse ano muita coisa aconteceu. Relacionada ou não ao movimento do Título, sei lá. Mas eu estou percebendo é que está voltando algumas ações, alguns encontros, algumas iniciativas de projetos que tem incentivo do governo. Então estamos florescendo novamente, de certa forma."

"Nesse mesmo ano em que Brasília se candidatou, foi realizada a primeira Mostra Brasileira Design e a Expo Brasília Design. Numa cena do design em todas as suas linguagens: Design gráfico, design de produtos diversos, design de mobiliário, mobiliário urbano também. Foi um marco, Brasília começou a se ver e a ocupar esses espaços, e fazer esse conceito ser disseminado."

"Essa cena de ocupação criativa de espaços públicos cresceu sobremaneira a partir do título. E foi muito impulsionada pela pasta do Turismo aqui, e buscando também fazer com que a própria Secretaria de Cultura e Economia Criativa caminhasse de mãos dadas. Então isso começou a criar novas linhas de apoio e incentivo, por exemplo."

"Se formou na Fecomércio uma Câmara de Economia Criativa. E essa Câmara de

Economia Criativa começa a estabelecer estratégias, diretrizes pra uma atuação colaborativa junto aos representantes dos setores da economia criativa - do audiovisual, dos games, das mídias, da comunicação, do próprio design. Foi formada a Associação de Designers de Produtos, a Adepro. Então muita coisa caminhou, a partir da conquista do título."

"Enquanto rede, a gente sentiu que ela possibilita uma conexão com as cidades do mundo todo, mas não há nenhum tipo de assistência técnica, de uma animação de uma rede, de uma plataforma em que essas cidades interajam. Ela apresenta um dossiê bem robusto, que é analisado, aprovado ou não. A partir do reconhecimento pela UNESCO tem algumas diretrizes que precisa seguir, que vai ser revisitada a cada três anos pra manutenção desse título, mas não tem nenhum tipo de conexão efetiva, ou de algum apoio que faça essas cidades efetivamente se desenvolverem, prosperarem. Enfim, receber algum tipo de apoio, de incentivo, seja lá o que for. Você não recebe nem apoio técnico, nem apoio financeiro, nem apoio de nada. Tudo você que tem que fazer."

"A gente entendeu que era a hora então de empreender esforços pra formação da Rede Brasileira de Cidades Criativas."

Que resultados pode identificar em diferentes áreas correlatas ao Desenvolvimento Sustentável da cidade, como Turismo, Mobilidade, Educação, Meio Ambiente...?
"Não tem nem aplicação das leis. Eu fiz um levantamento de toda legislação que seria aplicável à cidade criativa, ne**m** essas leis estão sendo cumpridas."
"Tem uma dimensão acho que de vitrine pro país e pro mundo. O que tem importâncias significativas, por exemplo, pra área de turismo." "E aí eu vejo uma preocupação um pouco maior com o Design acessível; uma centralidade maior da discussão urbanística da cidade, discussões em relação ao

tombamento da área de Brasília. Então acho que tem um conjunto de massa crítica que ajuda a fazer determinadas disputas em outras agendas. Mas, de novo, acho que mais de uma questão de aproximação dos designers entre si e com o poder público do que pela chancela da Rede de Cidades Criativas per si."
"Eu acho que Brasília é uma cidade excludente. Quando você tem uma um sistema de mobilidade urbana que para às onze e meia da noite - o último ônibus sai meia-noite de qualquer ponto dali da rodoviária, depois só volta não sei que horas da madrugada - isso exclui as pessoas, interfere. Isso impacta diretamente no setor artístico e cultural, porque se você não tiver carro ou se você não tiver dinheiro pra pagar um Uber pra lá e pra cá, você não sai. Se você está na periferia, você não vem; se você está aqui e quer ir pra periferia, você não vai. Então eu acho ela extremamente excludente, pensada pra ser excludente."
"Não consigo identificar, ainda não. A gente fala muito sobre mobilidade urbana, é uma coisa que fica ainda muito incipiente, é uma conversa de possibilidades. A questão da intervenção urbana de fato, buscando uma solução mais eficaz, não política, uma coisa que seja perene pra população."
"A economia criativa vira uma das bolas da vez, inclusive por parte de governos e instituições internacionais. E eu entendo muito como uma via pra solucionar a questão do desemprego. A gente está com o desemprego latente, os meios de trabalho que nos ofereciam tanto não absorvem mais mão de obra como antes, como também não suprem as necessidades como antes. Então aí você tem essa solução, que é bom jogar o pessoal pra fazer esse negócio de economia criativa. Só que isso acaba colocando muita gente com um nível de urgência que demanda um nível de retorno numa agilidade que, muitas vezes, jogam elas numa precariedade, ou pra não se posicionarem tão assertivamente no mercado, ou então oferecerem produtos ainda pouco amadurecidos, num nível de qualidade aquém do que poderia chegar. Então um grande recado é: primeiro que tem que ter paciência, economia criativa não pode ser algo imediatista; e você está a todo momento em beta, experimentando, reformulando e reposicionando o seu o seu projeto, o seu

produto. Você precisa olhar muito pro ambiente do mercado pra entender que tipo de dispositivo ele está oferecendo, pra você usar como diferencial e como algo que vai te acelerar, como algo que vai te fazer tornar esse beta mais rápido, tornar o seu produto viável mais rápido."

"Tem outro fato muito importante que é o custo social em se manter áreas como a W3, Setor Comercial Sul, Setor Bancário, subutilizadas. Porque foram áreas que nossos pais, nossos avós investiram tempo, energia, recurso, imposto pra essas áreas estarem com uma infraestrutura digna, ter transporte menos pior, ser um pouco mais segura, ter internet de alta qualidade, estar limpa. Então, o custo social da gente manter isso subutilizado é gigante. E no caso de Brasília, quem paga é todo o Brasil (...). E isso não está sendo bem utilizado. (...) E aí a gente já começa a enxergar o evento como uma força de 'dá pra gente fazer algo, dá pra gente agir'."

"Brasília já tem uma estrutura, sabe? Já tem a ciclovia, já tem as bicicletas, tem vários programas culturais, mas tem que unificar isso."

"Talvez, no máximo, essa inclusão. Ensaios - não falo nem tentativas - mas alguns ensaios de uma implementação da mobilidade urbana na cidade voltada pra questão da bicicleta."

"O que eu vejo que Brasília precisa muito oferecer é mobilidade. Porque essa questão de ser uma cidade muito esparramada, a gente não ter um sistema de modal eficiente - falo seja do transporte por ônibus ou metrô, as ciclovias - que aqui são mais pra passeio do que pra deslocamento mesmo."

No seu ponto de vista, quais os grandes potenciais criativos de Brasília que não estão sendo aproveitados?

"Os potenciais são nas mais diversas áreas, isso eu te afirmo. Mais diversos mesmo, de todos os setores da cultura. (...) Mas o apoio deixar muito a desejar. Até porque houve um descaso muito grande nos últimos tempos. Por exemplo, no ano

passado eles chegaram no final do ano com 85% do orçamento sem executar na cultura."
"Ao unir o conteúdo com conhecimentos tecnológico - de realidade aumentada, de blockchain, de realidade virtual e de outros tipos de capa bit - e também o entendimento da construção das narrativas, ou seja, do conteúdo cultural, os setores da economia criativa tem um papel muito importante a desempenhar e que hoje não está sendo desempenhado: a questão de serem prestadoras de serviços e ou fornecedora de produtos pra outras empresas do Distrito Federal, que estão precisando se adaptar aos processos da transformação digital."
"O maior potencial criativo que nós temos aqui é que não está sendo aproveitado é o artista do Distrito Federal, é o trabalhador, é a trabalhadora da cultura do Distrito Federal. Não é o produto final. O que mais se desperdiça aqui é essa mão de obra. Esse artista é muito desmerecido, desvalorizado, maltratado, descuidado. Ele não recebe do Estado o que ele merecia. Muito pelo contrário, o Estado tira dele muito. (...) Se você valoriza ele, você enaltece ele, você tem um ganho de produção impressionante. Porque a gente já produz muito e bem sem ser valorizado, imagina sendo valorizado." "Foi investido R$ 140 milhões, no ano passado, dentro desse setor, através do Fundo de Apoio à Cultura. E, mesmo assim, você tem projetos que não duram mais de dois ou três anos. Eles não conseguem se sustentar, não tem uma política de sustentabilidade. Fica muito difícil um projeto que tem pouquíssima visibilidade como esse gerar algum tipo de sustentabilidade. Poderia criar uma cadeia em você pode pegar um nicho de profissionais e trabalhar com esse nicho. Fazer essas exposições andarem por todos esses espaços que estão aqui nessa linha, nesse trajeto do projeto. Então o provavelmente essas exposições estariam andando alguns anos. Fazer esses shows andarem na sequência... Você criaria uma dinâmica ali que geraria uma sustentabilidade. E com isso você está nutrindo essa cadeia."

"Nós somos um grande caldeirão cultural num território muito pequeno. Então você tem a as culturas convivendo numa interação muito grande. Você tem o mineiro conversando com nordestino, que é vizinho do mato-grossense, que casou com uma paraense. E essa troca gera um produto, um caldo cultural, que é um adubo mesmo pro território. É nutrição. Então você tem aqui uma produção muito grande e uma produção muito valiosa, esteticamente muito competente também. Brasília é muito competente no que diz respeito a conteúdo e no que diz respeito a estética. E eu acho que em todos os segmentos."

"Você não tem aqui um calendário cultural que as pessoas possam seguir. A gente briga muito por isso, inclusive. Como é que você tem a capital do país sem ter um calendário cultural, que a gente se programar dentro dessas coisas."

"Acho que a gente tem muito trabalho pela frente pra transformar Brasília numa cidade acolhedora. E a gente tem muitas ferramentas da arte, da cultura pra fazer isso. Muitas. Temos que derrubar esses conceitos negativos que vêm criando contra os fazedores de arte e cultura."

"São quase 4% do PIB nacional - hoje batizado de PIB Criativo. Eles nem se incomodam, isso não incomoda eles. De tanto que eles sabem o quanto somos geradores de massa crítica, de felicidade. Essas pessoas se incomodam com a felicidade do outro. Somos geradores de liberdade, de consciência diversa. A diversidade é nossa matéria-prima. Nada mais rico pra cultura que a diversidade que nós temos."

"Nenhum. Estão todos muito bem aproveitados. Eles estão tendo de fato o espaço de crescimento que merece. É difícil encontrar um segmento na economia criativa aqui no DF que não tenha sido contactado, favorecido, trabalhado. De uma forma direta ou indireta até do governo mesmo."

"Eu acho que a o grande potencial de Brasília é realmente ser uma síntese, um espelho da essência do é ser Brasil, que é justamente essa mistura. É entender a farofa, a salada, como algo que nos torna especial e mais saborosos, e não como algo que nos deprecia. Então acho que Brasília se bem regulada, se bem funcionando, ela parte de um lugar, de um princípio, que é muito valioso e muito importante. E que ela pode servir justamente como essa síntese do que é o Brasil."

"Já estamos chegando. De forma descoordenada, a gente já chega. De forma mal organizada a gente já tá chegando. Se a gente alinhar isso, realmente a gente pode atingir nosso destino, que é ser a capital do novo milênio porque é a capital da criatividade."

"Tem muita gente fazendo coisa legal na cidade e tem muita gente que às vezes tem que ir embora da cidade porque não encontra o mercado consumidor aqui. E aí a gente foi se posicionando como um canal de distribuição, que hoje eu entendo como as peças pro desenvolvimento dos mercados de economia criativa. Não somente em Brasília, mas nacionalmente. Tem muita gente fazendo coisa legal, a gente tem alguns potenciais mercados consumidores, mas a gente não tem quem faz esse elo."

"Todo momento você tem que estar em movimento, tem que estar observando, tem que estar se posicionando. E aí a gente olha pra tudo isso e vê que realmente aqui em Brasília a coisa está complicada, porque como tudo é muito segmentado e muito difícil, essa indústria que é tão importante na dinamização da ocupação da cidade - porque ela vem, ela ressignifica, ela requalifica, ela puxa a atenção inclusive de outros segmentos depois - ela não está sendo bem utilizada."

"A gente tinha um diferencial que é ter uma cena criativa. Porém estruturada dentro de uma sistêmica ineficiente, que é essa do eventual, muito mais custosa. Muito mais. Então é um ralo velho. A gente tinha um ralo ali drenando recurso. E aí a gente olha e fala “precisa mudar isso, precisamos ter as casas, precisamos ter um

espaço"."

"Infelizmente, eu dou o exemplo da Lei de Incentivo à Cultura, que ficou dois/três anos parada e que era o que permitia os players locais atingirem as grandes verbas de patrocínio privadas. O FAC também ficou parado um tempão, mas a meu ver nesse sentido até fez muita gente se movimentar e se organizar, se estruturar."

"Eu acho que Brasília continua sendo muito criativa, continua tendo muitos empreendedores, artistas e etecétera disruptivos. Eu acho que isso se deve, inclusive, ao formato da cidade. Se deve justamente a essa alquimia que a gente, que está sendo como os primeiros tripulantes, vamos assim dizer, e aprendendo a viver essa cidade que é planejada e diferente de todas as outras do mundo. Então eu acho que isso gera visões diferenciadas da realidade e, por consequência, produtos, projetos diferenciados. E aí a gente tem cases de moda, a gente tem cases de eventos, de festivais, de música de banda, de tecnologia, de organizações sociais e de vários quesitos. Porém tudo isso agindo de forma muito descoordenada."

"Se a gente for ver - e eu acho que o censo vai mostrar isso - tem inúmeras ações borbulhando e acontecendo pelo DF - pelo entorno e pelo plano piloto. E ações às vezes que poderiam estar se agindo em conjunto, tendo uma força muito maior. Mas elas nem sabem que elas que elas são parecidas, que elas tão acontecendo juntas, que elas poderiam, que elas fazem parte de algo. E eu acho que isso se deve muito porque a gente ainda tá aprendendo a lidar com essa cidade."

"No Codese (Conselho de Desenvolvimento Econômico Sustentável do DF) (...) a gente tem uma voz muito ativa, onde eles estão nos escutando e querendo entender mais sobre o modelo de cidade que a gente defende. E começando a absorver mais desse modelo dentro do planejamento deles pro Brasília 2040."

"Então eu acho que os próximos passos a gente tem que entender essa forma de

como, de fato, integrar num modelo de cidade que seja mais democrático, que não fique essa cidade do design apenas aqui conceitual, apenas aqui em cima - onde você tem cinco, quatro figuras superemblemáticas. E que de fato isso um arranjo sistêmico, que vá virar um diferencial produtivo de valor pra nossa região. Então se somos uma cidade do design, vamos exportar design. Que seja por meio de formação, que seja por meio de produtos, que seja por meio de carpinteiro, de serralheiro, marceneiro."

"Eu acho que a questão de transformar a Brasília num produto pra ser consumida, usada, colecionada, admirada, se conecta muito com o design, com a arte e com o universo criativo. Que a gente não tem só design por si, vai ter a gastronomia, vai ter a música, vai ter a arte, arquitetura, o espaço urbano. Então eu acho que ela pode ser mais explorada, criativamente falando. Vou te dar um exemplo: Barcelona, quando vai ter um evento, uma exposição, sei lá, tem muita propaganda da cidade na cidade."

"Eu acho que o que falta é conectar os pontos para criar uma cena, algo mais unificado, para que as pessoas fiquem sabendo disso: que nós somos uma Cidade Criativa. Para que venham mais pessoas e para que as pessoas daqui vivam isso de fato. Lembra que você perguntou da relação Brasília e Política? Ao mesmo tempo que existe, ainda é para uma bolha. (...) Tem que furar as bolhas. Eu acho que é mais isso, a gente precisa se conectar mais, expandir para que os outros mundos conheçam a gente assim, em todos os sentidos criativos."

"Acho que existem muitas pessoas fazendo seus movimentos, grupos que ainda não se encontraram e aos poucos vão centralizar tudo. Reagrupar, pegar grupos e juntar com outro grupo maior, para que as pessoas tenham contato. Porque assim surgem outras iniciativas. Brotam outras oportunidades. Acho que é por aí."

"Brasília tem duas estações: seis meses de seca, seis meses de chuva. E acho que é por isso que ela acaba ocupando tanto os espaços. Mas a forma que você se desloca,

se não for de carro próprio, você vai penar."

"E nessa parte que é muito engessada da cidade, da Lei de Silêncio. Então tudo tem que se encerrar cedo, não tem uma oferta pra depois de uma hora da manhã, meia-noite, uma hora da manhã."

"Agora, do ponto de vista da cena criativa, eu só vejo a Brasília crescendo em todos os setores. Games talvez é um que não tenha tanto incentivo. Infelizmente muitos criativos saem de Brasília pra poder ganhar projeção, especialmente, em São Paulo, que tem uma política muito consolidada e que se posiciona como território criativo, cultural, pulsante. Eles se posicionam como destino cultural. Você vai pra São Paulo, você sabe que você vai ter milhares de exposições, coisas incríveis, a gastronomia e tal. Tem uma presença de investimento na economia criativa muito grande, que Brasília ainda não tem. Brasília tem muito da cultura do funcionalismo público."

"Brasília, assim como todas as cidades, é revisitada a cada três anos, pra ver se a coisa está acontecendo e evoluindo. Então de alguma forma isso é um compromisso, né? Imagina Brasília perder esse título? Então isso acaba forçando que os entes públicos façam algo."

"Você unir a iniciativa privada também, na causa. Quanto mais gente, quanto mais isso for disseminado e a gente puder caminhar juntos em prol do posicionamento de Brasília enquanto cidade criativa, entendendo que isso é atração de muitas coisas - de investimentos, de fluxo de visitantes, de giro da economia e tudo mais - é o caminho. E eu acho que ela vem caminhando, mesmo que a passos lentos."

A partir da sua experiência, quais são as grandes dificuldades enfrentadas pela Economia Criativa e, especificamente, pelos empreendedores criativos em Brasília?

"Existe uma diversidade surpreendente e bolhas também. Eu acho que esse é o grande desafio que a gente tem. Toda essa diversidade cultural me deu muita curiosidade de ir a outros lugares além desse meu meio, desse plano piloto aqui, que é o meu meio, a minha bolha. Porque é muito rico o que acontece fora daqui. Os mapeamentos são muito incipientes ainda."

"A cultura não é só uma dimensão não vista no Distrito Federal, ela não é vista no Brasil."

"Existem mecanismos, houve um processo, principalmente em 2018, para o pequeno produtor cultural poder acessar esses recursos. Eles criaram mecanismos e realmente pessoas que, historicamente, nunca conseguiam financiamento, conseguiram. Mas, nos últimos tempos - neste governo especificamente - houve uma quebra, uma disputa que excluiu muita gente. Houve um debate bem forte."

"Muitas das ações que a gente fazia na agenda de economia criativa dentro do Distrito Federal tinha uma articulação direta com a agenda de economia criativa no Ministério da Cultura. (...) Com a extinção do Ministério da Cultura e com esfacelamento da política, você também perde um apoio - não só financeiro, mas também técnico - fundamental pro desenvolvimento de políticas públicas dentro dessa chave de economia criativa localmente."

"Tem cinco grandes áreas temáticas de gargalo. A primeira é o que a gente poderia chamar de PDI - pesquisa, desenvolvimento e inovação. Mas, dentro dessa chave, acho que tem um gargalo original, que é “dados”: dados e informações sistematizadas, disponíveis e palatáveis, para tomada de decisão dos agentes econômicos da economia criativa do DF."

"A gente tem experiências importantíssimas vindas do Sebrae e SENAC, mas muitas vezes elas não são pensadas a partir das demandas dos setores criativos locais. (...) É diferente você pensar numa gestão de caixa de uma padaria e de um estúdio de jogos

digitais. Então a falta de uma oferta qualificada, contínua e adequada às necessidades do sistema socioprodutivo de economia criativa eu ainda acho que é imperioso."

"Uma outra dimensão é a do financiamento. Aí é uma questão que não é a quantidade de grana, porque a gente tem o Fundo de Apoio à Cultura e a Lei de Incentivo da Cultura – que, em termos de volume de recursos, você não tem nada parecido no Brasil, proporcionalmente pra escala da cidade, se você pegar com um parâmetro a população. Nada parecido no Brasil, em relação ao volume de recursos. Então eu acho que não é uma questão tanto de volume de recursos. (...) É a necessidade de você ter um ecossistema mais complexo e mais rico de modelos de financiamento."

"Infra em dois sentidos: no sentido de exibição, equipamentos culturais em que possa ocorrer o processo de fruição cultural por parte da população local. Por exemplo, tem região ainda que não tem uma sala de cinema - não que eu ache que a resposta seja construir salas de cinema necessariamente, pode ser um processo itinerante, mas ter infraestrutura de fruição cultural é ainda um desafio. E tem outra dimensão de infra, que é a de produção. Espaços de ensaio para grupos cênicos, equipamentos pro pessoal da moda."

"A gente já luta aqui contra uma lei, que é a Lei do Silêncio, que fecha a cidade e que impactou diretamente nas atividades artísticas e culturais."

"Nós temos muita dificuldade Distrito Federal com a sustentabilidade do setor artístico e cultural. O setor cultural no DF é basicamente subsidiado pelo Fundo de Apoio à Cultura, que é o um dos fundos mais executados do país. Nosso setor é basicamente subsidiado por esse fundo."

"A gente vive num lugar que politicamente está sempre nessa dicotomia: um governo constrói, outro destrói."

"Um dos grandes gargalos desses últimos tempos tem sido a criminalização do artista.

A criminalização do fazer artístico e cultural. (...) Com esse crescimento do fundamentalismo no Brasil, (...) a gente volta muito pra esse lugar da criminalização. E não apenas a criminalização da trabalhadora e do trabalhador, mas também das políticas públicas que a gente já tinha avançado. Como é o caso da Lei Rouanet. O ataque à Lei Rouanet é um absurdo."

"E mais do que resiliente, nós temos sido resistentes mesmo, porque muitas vezes a gente entra em embates muito duros. E temos que demarcar territórios pra poder existir, continuar existindo."

"Não pode esquecer que nós somos um setor basicamente majoritária formado por profissionais autônomos. Nós somos informais. Nós trabalhamos hoje pra receber amanhã o que a gente vai comer no dia seguinte. Nós trabalhamos em vários trabalhos pra juntar, pra pagar nossos aluguéis, nossas contas."

"A gente conseguiu emplacar a lei. E aí começou a segunda parte da loucura, porque a lei Aldir Blanc tem o caráter de auxílio emergencial. E aqui no Distrito Federal a gente viu uma certa manipulação desse "emergencial". A Secretaria de Economia ficou sentada três meses, quase, em cima do recurso; sabendo que tinha que ser mandado pra CLDF pra poder ser liberado, para que a Secretaria de Cultura executasse. E aí a gente começou. Foi uma luta. (...) Isso tudo com um nível de desgaste adoecedor."

"Mais difícil que o processo criativo é o processo egóico, narcisista. Então existe, é uma coisa difícil de vencer. Mas uma vez vencida essa barreira, de conceitos, de atuação e tal, o processo é muito semelhante. As dores no mercado são semelhantes. Relação de família com trabalho, trabalhando de noite, atendendo no final de semana... essas coisas, do dia a dia do designer, é muito semelhante."

"O design dentro da cadeia produtiva da economia criativa tem um certo status favorecido, porque a gente tem o CNAE, tem uma regularização fiscal, tem uma representação no plano de contas do governo considerável, declara imposto de renda

com categoria certa de contas pra ser fiscalizado, de certa forma. O resto da economia criativa - grande maioria - ainda tá batalhando por isso. Então eu acho que a gente deve ter muita coisa pra fazer assim. Eu acho que essa a classe tem uma atuação percebida, efetiva e crescimento, em evolução. Mas pouca estrutura ainda, operacional, administrativa, contábil... essa parte mais estrutural, da economia."

"A atuação da UNESCO, de fato, fica limitada à inspeção do interesse do governo - dentro da interação aqui em Brasília, no caso do DF, porque o nosso processo de filiação à rede foi pelo Governo. (...) Isso deixa a coisa mais lenta. Em outros lugares a gente sabe que a coisa está mais rápida porque a UNESCO pode atuar mais diretamente."

"Um ponto muito importante quando se lida com novos mercados e, principalmente, com a economia criativa: tem que tirar o imediatismo da equação."

"Tem muita gente fazendo coisa legal, a gente tem alguns potenciais mercados consumidores, mas a gente não tem quem faz esse elo."

"Em 2012, teve uma lei que nasceu aqui em Brasília, que chama Lei Wasny de Roure, que é uma lei pra eventos gratuitos, de acesso gratuitos, que eximia a cobrança de taxas de valor de área pública, de autorização, de uma série de quesitos. Então eu destaco essa lei porque ela ainda está em existência**,** mas já tem cerca de quatro ou cinco anos que a gente batalha pra ela ser aplicada. Ela não é mais utilizada. (...) Essa lei não sendo aplicada (...) cria uma barreira de entrada para players novos, para players que estão querendo ousar, que estão buscando novos formatos. Essa lei era muito importante porque, primeiro, ela garantiu o acesso aos espaços privilegiados da cidade; e ela tirava dois componentes que são muito importantes pra quem está começando: o custo - que você não precisa pagar pela área que você está utilizando, porque você está fazendo um evento que é cultural e de acesso gratuito -; e a questão da burocracia, porque você não fica um mês, dois meses de trabalho pra conseguir uma autorização ou tem que gastar com um despachante - que hoje custa dois mil,

três mil reais."

"E um público de uma faixa etária, vamos dizer assim, entre dezesseis a vinte e quatro anos, que é um público consumidor de entretenimento. Não necessariamente de camiseta, de comida e etecétera. O que a gente resolveu olhar com bons olhos, porque é o menino que não foi pra um Lollapalooza da vida e não tem condição de ir. (...) E a gente resolve acolher esse público. Porém, em 2016, a gente começa a entender que preciso de mais gente pra pagar essa conta."

"E o risco começa a ficar muito grande, porque a legislação aqui joga basicamente toda responsabilidade em cima do produtor do evento - sobre o perímetro onde ele está fazendo o evento e sobre o raio de onde ele está fazendo o evento. Então eu não só sou responsável sobre ter alguma criança consumindo bebida alcoólica dentro do raio do dentro do perímetro cercado do evento, onde eu tenho segurança e tal, mas o poder público quer que eu seja responsável também sobre quem está consumindo no raio de onde o evento está acontecendo. Só que ele não fornece o que, ao nosso ver, é uma questão de segurança pública. Estamos trazendo pessoas para usar a cidade, mas ao invés do Estado enxergar isso como situação de oportunidade e nos dar retaguarda pra que isso aconteça de forma bem feita, o Estado fala “olha, eu preciso que você cuide disso aqui - que teoricamente seria uma responsabilidade minha”. Então começa uma terceirização de responsabilidades que gera uma pressão descomunal."

"Para você conseguir grandes marcas fora do eixo Rio-São Paulo, seja por não ter muita credibilidade dos meios de comunicação, seja por ela não ter escritórios muito estruturados fora de São Paulo, isso só acontece por meio de recurso incentivado. Recurso incentivado são as leis de incentivo, que é a lei local e a lei Rouanet, que é a lei federal."

"Depois a gente começa a qualificar esses expositores, porque se está dando vinte mil

pessoas no evento e o cara não está vendendo, às vezes o problema é com ele. Aí a gente começa a transformar todo mundo em MEI, dar curso de formação, ensinar como é que tem que fazer as redes sociais, ensinar matemática financeira pra calcular o preço dele. A gente começa preencher um papel que, teoricamente, seria de um SEBRAE da vida."

"E aí começa a haver a 'demonização' da Rouanet, que contaminaria a lei de incentivo local, que foi o que aconteceu. Tanto que a Lei de Incentivo de Brasília em 2018, 2019 e 2020 não executou nem 20% da verba disponível."

"Cultura é algo que demanda não somente regularidade, mas demanda dia a dia. E pra você fazer cultura com qualidade, não dá pra jogar muito com a variável quantidade."

"E tem um público consumidor que é "padrão A" - que é o funcionário público que ganha entre 10 e 20 mil por mês, que representa uma renda muito significativa na cidade - que a gente tem muita dificuldade de trazer ele pra consumir o que é feito em Brasília. Ele consome da Hugo Boss, lá no shopping, são pessoas viajadas, mas é muito difícil essa galera consumir as coisas locais, da cidade."

"O empreendedor criativo, antes de mais nada, está procurando um aluguel baixo, num lugar perto da casa dele e que vai ser fácil pro público dele chegar. Só que quando você estuda as condicionantes de mercado de Brasília, você ter uma vitrine no Plano Piloto é quase proibitivo - o custo é altíssimo e as barreiras de entrada são gigantes."

"O design - principalmente no design autoral - é uma profissão muito solitária. É só você. E volta e meia você precisa conversar com alguém, pra saber onde eu consigo fornecedor, como que é pra vender. Tem muitas dúvidas, porque a gente não tem um manual. Você não sai da faculdade sabendo dessas informações, é muito aquele aprendizado em campo. Então eu queria ter esses contatos."

"De fato, existe um movimento. Mas eu achava que esse movimento fosse ser mais acelerado, em termos, por exemplo, de eventos que existem e projetos culturais... de repente, com mais verba pra acontecer, pra gente poder divulgar melhor. Porque fica tudo muito no limite."

"A gente não consegue reunir as pessoas. (...) Como muita gente é freelancer, empreendedor e tal, está todo mundo correndo atrás do seu. Então as ações coletivas depende de uma boa vontade de quem está envolvido, de ter tempo. E aí, se não tiver dinheiro envolvido, algum benefício imediato, as pessoas não param o que estão fazendo pra participar, essa é a verdade."

"Eu acho o turismo essencial, superimportante. (...) Mas eu confesso que às vezes eu fico com um pouquinho de ciúmes. Aí é uma coisa pessoal, de tipo “poxa, só o pessoal do turismo tá engajado e movimentando e consegue movimentar a nossa máquina”. E por que o povo da criatividade não consegue? Talvez a gente não seja tão organizado, tão maduro ou não tem argumento suficiente ou não tem uma força econômica."

"Acho que de repente o que falta é conectar os pontos pra criar uma cena, algo mais unificado, para que as pessoas fiquem sabendo disso: que nós somos uma Cidade Criativa. Para que venham mais pessoas e para que as pessoas daqui vivam isso de fato. (...) Tem que furar as bolhas. Eu acho que é mais isso, a gente precisa se conectar mais, expandir para que os outros mundos conheçam a gente assim, em todos os sentidos criativos."

"Nós precisamos estreitar relações com os designers de interiores e com os arquitetos de interiores, porque eles são os nossos grandes vendedores, no final das contas. O indivíduo comum vê o móvel, ele tem insegurança em comprar uma coisa diferente, fazer um investimento um pouco mais caro, diferente. A pessoa não tem essa noção, e aí acaba que um arquiteto com um design de interior ele sabe o que vai ficar bom,

que vai durar muito tempo. Ele ajuda a gente a vender, no final das contas. Não tem essa conexão. Eu não sei porquê, mas estão distantes."

"Produzir é muito caro, material é custoso pra gente, mão de obra é difícil - porque você acha alguma mão de obra com uma certa qualidade e o preço vai lá pra cima. E eu acho realmente que você tem que pagar o que é justo, que a pessoa cobra. E aí, no contexto Brasília/DF, a gente sabe que a gente tem um custo de vida elevado, em comparação a outras capitais, a outras cidades. Porque, querendo ou não, existe um poder aquisitivo, o PIB acima da média aqui. Essa máquina do serviço público puxa tudo pra cima. Então aluguéis são caros, impostos são caros, tudo acaba ficando mais elevado. Então uma dificuldade que eu enfrento é conseguir ter uma produção competitiva com um mercado nacional, por exemplo. Internacional, nem se fala. Nossa, eu tenho eu tenho eu tenho até preguiça de pensar em exportar alguma coisa. E é muita burocracia."

"Eu gostaria de ter mais incentivos, mais aberturas, mais facilidades, mas eu não sei nem propor isso. Porque também a minha cabeça talvez não esteja direcionada pra esse tipo de solução. Eu proponho outros tipos de ação, eu faço as minhas micropolíticas. Eu sou mais deste perfil: tento não depender tanto dos governos e políticas públicas, apesar de estar sempre participando - porque eu vejo as oportunidades e vou tentar. Eu acho que essa questão de você produzir, você comercializar, tudo isso é bastante desafiador e caro."

"Foi com muito custo que conseguimos incluir a Rede Brasileira no planejamento estratégico do Ministério do Turismo. Mas esse foi um ganho, porque agora o Ministério do Turismo tem que entregar essa Rede até o final desse governo. E o que foi mais frágil ainda foi o fato de o Ministério da Cultura ter sido extinguido."

"Você vê, nos países desenvolvidos, o que é a indústria do entretenimento e da

criatividade dentro do PIB. Aqui ainda não tem essa consciência, a gente ainda tem um país com políticas muito conservadoras."

Que impacto considera que teve a Pandemia de Covid-19 na efetivação dos objetivos fixados para Brasília?
"Embora tivesse tido uma ausência total duma política, Brasília cumpriu todos os compromissos [com a Rede]. Todos os compromissos assumidos foram cumpridos, mas de uma forma de uma forma espontânea."
"Uma das grandes questões propiciadas pelo processo da candidatura de Brasília como parte da Rede de Cidades Criativas da UNESCO foi a questão da integração e da articulação dos designers - entre si e dos designers com poderes públicos. É indiscutível que a pandemia esgaçou um pouco essa teia que tinha sido inicialmente costurada. (...) Eu acho que a gente avançou em relação ao que a gente tinha há cinco anos, mas eu tenho que nessa dimensão a gente teria avançado bem mais se a pandemia não tivesse ocorrido."
"Eu nunca tinha visto nada assim. Foi uma coisa muito chocante. Eu considero muito cruel o jeito que o governador do Distrito Federal paralisou o setor cultural assim, do dia pra noite, sem nenhum tipo de aviso prévio. (...) A gente dormiu com os nossos espaços abertos, nossos projetos em andamento, tudo acontecendo. A Covid estava ali, a gente tava vendo aquele monstro crescendo. Mas a gente também sabia que tinha alguns grupos que estavam fazendo alguns estudos - como grupos dentro da UnB, dentro das universidades, intelectuais, da saúde, sanitaristas -, que tavam construindo propostas de como se fechar. Mas nós paramos, assim, de imediato. Nós somos o primeiro setor que parou." "Não pode esquecer que nós somos um setor basicamente majoritária formado por profissionais autônomos. Nós somos informais. Nós trabalhamos hoje pra receber

amanhã o que a gente vai comer no dia seguinte. Nós trabalhamos em vários trabalhos pra juntar, pra pagar nossos aluguéis, nossas contas. (...) A gente começou a ver, nas nossas redes, pedido de ajuda. Inicialmente foram muitos pedidos de ajuda. E aí de imediato a gente viu também surgir várias redes de solidariedade."

"Por outro lado, a gente se emocionou com a troca do setor cultural. O setor cultural devolveu como, pra sociedade? Devolveu com sua arte."

"A gente conseguiu emplacar a lei. E aí começou a segunda parte da loucura, porque a lei Aldir Blanc tem o caráter de auxílio emergencial. E aqui no Distrito Federal a gente viu uma certa manipulação desse "emergencial". A Secretaria de Economia ficou sentada três meses, quase, em cima do recurso; sabendo que tinha que ser mandado pra CLDF pra poder ser liberado, para que a Secretaria de Cultura executasse. E aí a gente começou. Foi uma luta. (...) Isso tudo com um nível de desgaste adoecedor."

"Que que a gente fez? Foi lutar pela Lei Aldir Blanc e foi lutar paralelo pelo FAC - Fundo de Apoio à Cultura. Pra que os dois recursos entrassem e fossem injetados de imediato no setor. E aí eu não tenho dúvidas que salvaram vidas. Salvaram espaços, salvaram vidas, salvaram famílias, salvaram mentes, salvaram projetos. Não tenho dúvidas disso. Agora a gente está aí na luta pela Lei Paulo Gustavo e pela Aldir Blanc 2, porque esse impacto da muralha, quando parou tudo, a gente ainda não conseguiu passar."

"E aí o que que acontece depois, com a volta? Você tem os cachês reduzidos. Você tem várias conquistas trabalhistas que a gente já tinha alcançado que são desconsideradas. Então você tem o profissional tendo que executar uma, duas, três, quatro funções; você está vendo cachês menores; diárias maiores, coisas assim. E tudo em nome da fome: ou pega ou desce."

"Por outro lado, pra não ficar só no negativo, a gente também viu assim uma movimentação da sociedade civil se organizar. A gente viu o surgimento do movimento backstage; vê o surgimento da Apta, que é uma associação de produtoras que trabalham com a arte; vê o fortalecimento do MAV, que é um movimento de mulheres no audiovisual; vê os movimentos feministas dentro da arte da cultura se fortalecendo, mulheres se colocando, se impondo, fazendo alguns debates. Tem esse lado positivo também, esse lado político positivo."

"A gente teve um break total. Em algumas áreas foi total mesmo: área de entretenimento, teatro, música, onde tinha um público direto. Foi total, praticamente, tanto que a Secretaria de Cultura teve que se mobilizar pra poder ajudar."

"No DF, a gente percebeu uma coisa interessante na atividade de Design de Interiores. Eu conheço as pessoas da Associação e a construção civil decolou aqui em Brasília e no Distrito Federal, na época da pandemia. Faltou tijolo. Em função desse crescimento da construção civil, cresceu também a atuação do design de interior, por exemplo. Eles foram demandados de um processo que não acontecia com frequência. No ano passado, principalmente, trabalhou muito o design de interiores do DF. E consequentemente o design de produto. Eu tenho colegas que são designers de mobiliário para residência e nunca venderam tanto. (...) Então tem um braço da Economia Criativa que foi favorecido, de certa forma, pela pandemia."

"Pra Semana de Design que vai ocorrer, a gente foi consultado sobre isso: como foi a questão econômica nesse período da pandemia. O design gráfico sofreu mais, no impresso; algumas pessoas foram pro digital. No parque gráfico de Brasília, muitas gráficas fecharam, as gráficas menores não aguentaram. Só permaneceram as gráficas de grande porte, as maiores gráficas de Brasília, com melhores condições econômicas. As pequenas, menores, fecharam."

"A gente estava, em 2019, com o gás todo. A gente estava com a disposição pra

empreender outras questões, aí veio a pandemia, deu uma esfriada, e agora nós estamos retomando esse processo."
"No setor de móveis e na arquitetura de interiores teve um impacto até relativamente positivo. Porque, de certa forma, como a gente tem uma massa aqui em Brasília que tem o poder aquisitivo estável, deixou-se de gastar, por exemplo, com restaurantes, com saídas, com coisas relacionadas a atividades exteriores e lazer, e as pessoas começaram a investir mais em casa. Então, de fato, as vendas de móveis aumentaram. Projetos relacionados a interiores eu sei que cresceram." "E com certeza absoluta teve um impacto na digitalização dos negócios, de um modo geral. (...) E vi que outras pessoas também estavam fazendo isso. Não necessariamente dando curso ou mentoria, mas reforçando a sua imagem no digital, divulgando seus negócios, aparecendo mais. Acho que isso na economia criativa, de modo geral, todo mundo se mexeu um pouco mais, acho que não é exclusivo só de Brasília."
"A Pandemia mobilizou uma reinvenção dos lugares. Novas formas de ser e de fazer. A economia criativa e o Turismo foram setores mais impactados, porque a gente tá falando de setores de eventos. Brasília é palco de muitos festivais. Os festivais foram cancelados e a gente sabe que o on-line, por mais que que tenha sido utilizado como plataforma pra muitos shows e tal, não é a mesma coisa de um encontro presencial. Mas como Brasília tem muita área livre, tem muito espaço, é muito arborizada e tem muitas atividades ao ar livre, isso também foi um fator positivo. Mesmo na pandemia algumas coisas perpetuaram e novos negócios também surgiram. Tanto que Brasília tá pipocando, tá pulsante." "O pós-pandemia - que na verdade ainda não é o pós - fez crescer exponencialmente os espaços criativos da cidade. O CONIC tem cinco *hotspots* dentro, de diferentes perfis. Coisa que não existia antes da pandemia."

"Assim como o Governo Federal demorou muito pra encontrar soluções e tomar iniciativas com a devida sabedoria e agilidade, o GDF também não teve essa cerelidade. Talvez pela própria natureza do governo, que é muito burocrático. Então fica muito engessado pra esse tipo de dinamização. Mas daí acabou surgindo essas leis de incentivo, que foi aí que ganharam mais força."

"Acho que também é um modelinho de como essa cena vem crescendo. A pandemia veio, impactou, mas depois que passou e que liberou Brasília, veio toda aquela oferta reprimida. Pulsou de tal forma que está lindo de ver."

Olhando para os últimos 5 ou 6 anos o que considera que mais contribuiu para tornar Brasília uma cidade mais inclusiva, segura, resiliente e sustentável?

"Olha, eu acho que a gente andou na contramão disso aí. Existem aqui ocupações urbanas em vários locais do Distrito Federal, que eu chamo de locais de "resistência cultural". E eles, ao contrário, nos últimos anos em vez de serem, digamos, 'fortalecidos' como um local de reinvenção, cultura ou coisas assim, eles sofreram pressão do governo pra desocuparem em favor da especulação imobiliária."

"Existem mecanismos, houve um processo, principalmente em 2018, para o pequeno produtor cultural poder acessar esses recursos. Eles criaram mecanismos e realmente pessoas que, historicamente, nunca conseguiam financiamento, conseguiram. Mas, nos últimos tempos - neste governo especificamente - houve uma quebra, uma disputa que excluiu muita gente. Houve um debate bem forte."

"Mais do que a chancela em si, o processo que é trazido pelo processo da Rede Cidade tem uma dimensão econômica de inclusão socioprodutiva de determinados agentes que muitas vezes tão escanteados dos processos formais e econômicos. Mas ela também tem uma dimensão cidadã muito importante. Eu acho que nessa dimensão, a partir da compreensão de que esses bens serviços não tem só essa utilidade material, mas também essa possibilidade de compartilhamento e de

construção de sistemas de significados, isso é um dos elementos que acho mais fundamentais para você construir realmente uma cidade que seja mais inclusiva, que seja mais solidária no final das contas."

"Eu acho que nos últimos cinco ou seis anos Brasília não avançou nessa direção."

"A gente ama Brasília, ama nossa capital, a gente ama o Distrito Federal e a gente ama a cultura que nós produzimos aqui. E nós temos consciência da riqueza dessa produção, então acho que a resiliência tem sido um ponto muito forte do setor artístico e cultural aqui. E mais do que resiliente, nós temos sido resistentes mesmo."

"Eu não acho que a cidade se tornou mais inclusiva, não acho que a cidade se tornou mais sustentável, não acho que a cidade se tornou segura. Nem um pouco. Muito pelo contrário."

"Eu acho que Brasília é uma cidade excludente. Quando você tem uma um sistema de mobilidade urbana que para às onze e meia da noite. O último ônibus sai da meia-noite de qualquer ponto dali da rodoviária. Depois só volta não sei que horas da madrugada. Isso exclui as pessoas, interfere, isso impacta diretamente no setor artístico e cultural. Porque se você não tiver carro ou se você não tiver dinheiro pra pagar um Uber pra lá e pra cá, você não sai. Se você está na periferia, você não vem; se você está aqui e quer ir pra periferia, você não vai. Então eu acho ela extremamente excludente, pensada pra ser excludente. Não acho que isso é uma novidade pra ninguém, mas a gente já teve uma sensação de mais segurança na cidade, hoje você não tem. Inclusive com a polícia."

"Esses são macro objetivos. A gente tem de referência e de meta. Eu não posso dizer pra você que a gente tem isso hoje internalizado 100%. Ou até 70%. Mas faz parte do plano de metas de todo mundo. De quem trabalha hoje em economia criativa. Isso está no mapa o tempo todo. A gente teve reuniões com a câmara de

economia criativa da Fecomércio mesmo, teve reuniões para o desenvolvimento do nosso planejamento estratégico, e de dez ações, sete estão voltadas pro mercado de sustentabilidade. De trabalhar e estruturar ações que favorecem a questão da inclusão, principalmente."

"Então a gente percebe que existe a coisa estruturada e pensada, mas de fato, de concreto a parte de desenvolvimento sustentável está ainda em evolução. A inclusão é um processo aqui no DF muito presente em todos os lugares. Acho que DF é referência nacional em processo de inclusão social. De todas as classes, de todos os segmentos de excluídos. Brasília recebe todo mundo com muito carinho."

"Na área de eventos sempre tem. Quando vai a algum evento hoje, no Distrito Federal, a estrutura toda tem esse cuidado, a parceria de reciclagem de resíduos, da parte de acessibilidade, sempre tem lá um tradutor de libras. Então percebe que existe. É prioridade, essas questões, num planejamento de eventos públicos, hoje. Mas ainda é um processo de evolução e crescimento."

"A gente tem uma bolha ali, uma bolha inteligente, consciente, importante, que tá desenvolvendo ações considerando os ODS praticamente todos, mas é um grupo pequeno que pode estar fazendo isso. É muito maior do que cinco anos atrás. Por isso que eu falo que historicamente, culturalmente, isso vai acontecer em algum momento."

"Hoje a gente nem anda com dinheiro em espécie mais, pra poder ajudar uma senhora vendendo ali o pano de prato, por exemplo. Então essa coisa do digital acaba criando um buraco ainda maior. A gente tem muita coisa pra fazer nessa área de desenvolvimento sustentável, dos ODS, porque é um movimento difícil. Ao mesmo tempo que a gente desenvolve a tecnologia pra ajudar, cada vez menos tem acesso à tecnologia e cria um buraco ali, um hiato de distanciamento, que só vai aumentando."

"O Setor Comercial Sul 5 anos atrás era uma coisa muito triste, se pensar em gente dormindo na rua. Hoje tá diferente, tá iluminado, os banheiros estão limpos. A gente percebe que quando as pessoas se encontram elas acabam beneficiando esse processo."

"Infelizmente, nos últimos 4 anos eu tenho visto esses pontos piorarem, não tenho visto melhorar. O poder de compra das pessoas diminuiu, a inflação aumentou... os contextos estão menos favoráveis."

"Você montou um cenário que eu adoraria ver. Porque eu não vejo ainda."

"Talvez, no máximo, essa inclusão. Ensaios - não falo nem tentativas - mas alguns ensaios de uma implementação da mobilidade urbana na cidade voltada pra questão da bicicleta. A gente teve em algum momento aí aquilo dos patinetes e das bicicletas alugadas. Eu achei o máximo, não tive nem tempo de usar e quando eu vi já tiraram tudo. (...) Acredito que essa ocupação de pedestres, de ciclistas, torna a cidade - quando você usa o espaço - mais seguros. Desenvolve-se um olhar pra que a própria política entenda o que precisa melhorar. Então existem melhorias, por conta disso, do uso."

"Teve uma movimentação agora, depois da pandemia, que tem conexão super íntima com movimentos criativos e culturais, que é a ocupação de alguns espaços na cidade que antes eram considerados com pouca segurança - meio underground, digamos assim -, que é ali na zona central da cidade. E agora tem uma ocupação com feiras, mercados, eventos, festas. E aí por conta disso houve uma revitalização urbana desses espaços e eles estão sendo utilizados. (...) Então durante a semana, à noite, está cheio de Fanfarra aqui na cidade. O pessoal se reúne pra tocar, fazer bloquinho de carnaval. Então os músicos se reúnem durante a semana, à noite, no centro da cidade, pra tocar, pra ter aula. Um lugar que não vai incomodar ninguém. Então isso é muito legal. E aí, junto com essa revitalização, tem grafite, tem pintura.

Pintaram ali o viaduto com as cores LGBTQI+."

"Um projeto que eles pegam aprendizes das escolas técnicas do SENAI - quem está fazendo curso de serralheria, curso de pintura, de marcenaria, de todas essas coisas técnicas - fazem a aplicação prática em espaços urbanos da cidade. E essa garota, que é arquiteta, estava falando que eles estão revitalizando vários parquinhos pela cidade. Então, pra mim isso é design. Mas é um negócio que ninguém está sabendo. Aí depois eu vi esse ônibus circular em outros lugares aqui da Asa Norte. Eles estão fazendo isso. É alguma ação isolada, porque você não vê propaganda na televisão, não vê outdoor. Eu acho que deveria ser mais divulgado. Ninguém do design está sabendo."

"E realmente eu diria que no início desse ano muita coisa aconteceu. Relacionada ou não ao movimento do Título, sei lá. Mas eu estou percebendo é que está voltando algumas ações, alguns encontros, algumas iniciativas de projetos que tem incentivo do governo. Então estamos florescendo novamente, de certa forma."

"Brasília é muito democrática, são muitos espaços públicos. Eu acho que isso, por si só, já é uma característica dela. E que sobremaneira foi impulsionado, foi fortalecido ainda mais com a conquista do título e apropriada pelos empreendedores criativos. Eu não sei se você viu aquela grande intervenção da cidade pelo movimento LGBT, que pintaram os viadutos, o parque da cidade, a escadaria da Torre de TV. Brasília virou um grande arco-íris. Então foi muito lindo o que aconteceu na cidade, todas as iniciativas e ativações que aconteceram, ao longo desse período. Então, assim, é uma forma com a cidade como uma plataforma também de inclusão e de manifestação."

"Por exemplo, um caso prático, a revitalização da W3. Ele começa ali com a ocupação do corredor, que é uma iniciativa do mentor do PicNik. Você vê o que é um espaço ocupado pela economia criativa e o tanto de benefício que isso traz pra cidade. Tornou o espaço mais seguro, mais lindo, mais incrível de se viver e conviver.

Você tem a gastronomia local presente em diversos tipos de sabores, você tem produtos locais, você tem souvenir, as camisetarias que em Brasília é muito forte - desde a Verdurão e outros – que, enfim valoriza o jeito de ser Brasília."

"Fora que Brasília também foi berço da Traços, que é essa iniciativa incrível que tem a ver com os moradores de rua, de trazer uma vida mais digna pros moradores de rua por meio da cultura."

"Acho que também é um modelinho de como essa cena vem crescendo. A pandemia veio, impactou, mas depois que passou e que liberou Brasília, veio toda aquela oferta reprimida. Pulsou de tal forma que está lindo de ver."

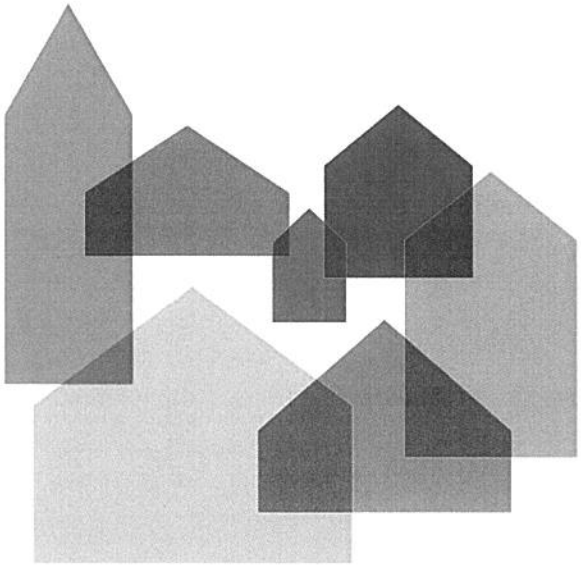
Apêndices

Apendice I: Formulário de Candidatura de Brasília – Rede de Cidades Criativas da UNESCO 2017

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Creative Cities Network

UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK
2017 CALL FOR APPLICATIONS



APPLICATION FORM

APPLICATION FORM

UNESCO Creative Cities Network
2017 Call for Applications

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

The following documents must be also attached:

(i) A complete list of all the documents requested in the application file;

(ii) A formal letter from the Applicant City's Mayor presenting the candidature and the support of the Municipality;

(iii) A formal letter of endorsement of the candidature from the National Commission for UNESCO of the country in which the city is located;

(iv) Two formal letters of support from active national professional associations in the creative field concerned[1];

(v) Three photos of your city closely related to the creative field concerned (JPEG, max. 3MB each);

(vi) The "Cession of rights and register of photos" form dully filled.

No other document or attachment will be accepted and considered in the evaluation. A maximum of four URL links to related websites may be included in the application form, providing additional information about the city and/or the creative field concerned.

Application Forms, accompanied by the documents described above, must be submitted by email to the UNESCO Secretariat no later than 16 June at midnight (Central European Time) using the following address: ccnapplications@unesco.org. Applications that are not received in the required format, as well as those that are incomplete and/or received beyond the above-mentioned deadline will not be considered.

UNESCO will not circulate the applications submitted by cities.

NB: In order to strengthen the geographical balance of the Network, please note that a specific cooperation framework is proposed under the 2017 UCCN Call for candidate cities of the Africa region, under-represented within the Network. To know more, please refer to annexes 1 and 2 of the 2017 Designation Procedure.

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

1. NAME OF CITY:

Brasilia

2. COUNTRY:

Brazil

3. CONTACTS:

3.1 Mayor of the City

Title (Mr/Ms/Mrs): Mr
Family name: Rollemberg
First name: Rodrigo
Address: Zona Cívico-Administrativa - Praça do Buriti, Brasília - DF, 70070-500
Telephone number: 55 (61) 3961-1513 or 3961-1569
Email address: agendagovernador@buriti.df.gov.br

3.2 Representative of the Mayor

The representative of the Mayor will represent the Municipality at major activities and events in the framework of the UNESCO Creative Cities Network. He or she will facilitate the communication between the Municipality and the UCCN Secretariat and provide political support to the designated main executive contact of the city (see point 3.3).

Title (Mr/Ms/Mrs): Mr
Family name: Recena
First name: Jaime
Institution/function: State Department of Sport, Tourism and Leisure - Federal District Government
Federal State of Brasilia / Assistant Secretary of Tourism
Status/type of institution: Government Institution
Address: Centro de Convenções Ulysses Guimarães, ala sul, 1º Andar, Brasília-DF, CEP:70070-350
Telephone number: 55 (61) 3214.2701
Email address: jaime.recena@setur.df.gov.br
Other important information:

3.3 Main executive contact

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

Title (Mr/Ms/Mrs): Mrs
Family name: Franarin
First name: Caetana
Institution/function: State Department of Sport, Tourism and Leisure - Federal District Government
Federal State of Brasilia / Undersecretary of Tourism Products and Policies
Status/type of institution: Government Institution
Address: Centro de Convenções Ulysses Guimarães, ala sul, 1º Andar, Brasília-DF, CEP:70070-350
Telephone number: 55 (61) 3214.2815
Email address: caetana.franarin@setur.df.gov.br

Other important information:

3.4 Alternative contact

Title (Mr/Ms/Mrs): Ms
Family name: Facuri
First name: Nicole
Institution/function: State Department of Sport, Tourism and Leisure - Federal District Government
Federal State of Brasilia / Head of Unity of Special Projects and Major Events
Status/type of institution: Government Institution
Address: Centro de Convenções Ulysses Guimarães, ala sul, 1° Andar, Brasília-DF, CEP:70070-350
Telephone number: 55 (61) 3214.2737
Email address: nicole.facuri@setur.df.gov.br
Other important information:

4. CREATIVE FIELD:

Choose between: Crafts and Folk Art, Media Arts, Design, Film, Gastronomy, Literature, Music [Click on the drop-down menu].

Design

5. GENERAL PRESENTATION OF THE CITY:

Presentation of the main geographical, demographic, cultural and economic characteristics of the city; mode of governance, principal cultural facilities and infrastructures, international connections, etc. (1500 characters maximum).

Brasilia has innovation and design in its DNA. At the heart of Brazil, the city is shaped by cultural and ethnic diversity from all regions. The greatest city in the world built in the 20th century emerged from the boldness of Juscelino Kubitschek, Lúcio Costa, Oscar Niemeyer and Burle Marx, and was declared a World Heritage site by UNESCO. Capital of Brazil and headquarters of the Federal District has a population of 2.570.160 inhabitants, in a territory of 7.780 km². An important economic center, it has the higher GDP per capita in Brazil, ranking 4th in Latin America. The city has over 60 museums, cultural spaces, several teaching centers and hosts events like the 2014 World Cup Games, 2016 Olympic Games, Brazilian Design Biennial, Brazilian Film Festival of Brasilia, International Jazz Festival and Campus Party. It is considered the most creative city in Brazil and American Capital of Culture by the International Bureau of Cultural Capitals. Brasilia is the Iberian American Capital of Peace, and houses more than 120 embassies and international organisms. It is sister city of several localities – some from the Creative Cities Network, such as Seoul and Singapore - and integrates culture, tourism, science and technology networks. Brasilia witnesses the blooming of a rich creative scenario, a resignification movement rising with new proposals, collaborative solutions and new actions in culture and design. Brasilia was born from Design, and through Design it revives.

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

Every city is unique and pursues its own objectives according to its particular context and priorities. In this section, candidate cities are invited to explain how they consider that culture and creativity – particularly in the creative field concerned – can act as a driver for identifying opportunities and challenges, and then proposing interventions that seek to maximize the potential of the creative field concerned for sustainable urban development; and mitigate and resolve the challenges they face. (1200 characters maximum).

While boasting precious assets such as cultural and ethnic diversity, Brasilia has seen the growth of an uneven development in the surroundings of its Pilot Plan. In addition to the common challenges that affect large cities, Brasilia has to solve a very peculiar equation: how to preserve its cultural heritage when it is inserted in the daily routine of a living city. The market enlargement by new areas and services of the creative economy will be boosted by the potential of design – be it service design, design thinking, destination design – fostering the cocreation of solutions for the city through the valorization of the local production, tourism, proposals of urban acupuncture brought by Brasilia's community, which elaborates new actions for a young Brasilia that still has to mature as a community. The City, Citizen, Citizenry Program, proposed for the Federal District for 2016-2019, the Creative Tourism Plan and the Organic Cultural Law will be important instruments along this process, bringing a vision of sustainable and integrated development that looks to strengthen local vocations, to decentralize and diversify economy and optimize innovation.

7. EXPECTED IMPACT OF DESIGNATION AND MEMBERSHIP IN THE NETWORK ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE CITY:

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

Joining the Creative Cities Network assures the formalization of a channel to learn and share the best practices of these cities and also brings the possibility of establishing partnerships that will strengthen urban development and reaffirm Brasilia as a cultural Capital in its broader sense. It will allow for a greater integration with Brasilia's community on the search for new solutions for the city, permeated by the promotion of vocations as well as the occupation of spaces by new responsible and unifying measures. It will also provide lasting opportunities of connection between designers, governmental and academic leaders, the service industry, the third sector and sociocultural leaders, intending for this path to be concluded in an integrated way. The Network will showcase a Brasilia whose origins in modernism gives rise to innovation and design through the search for solutions to contemporary challenges. This is a pivotal move towards the consolidation of its symbolism, to its historical and current rebranding through, as well as by, the city's active means, reflected in all areas.

8. PREPARATION PROCESS FOR THE APPLICATION:

The design and preparation of the application submitted by the city must involve stakeholders in the creative field concerned, drawn from the private and public sectors, academia and civil society, as well as creators, professionals and practitioners. Describe how each of these groups have been consulted and/or engaged in the process of preparing the application; and how each group will benefit from the designation and membership to the Network. (1000 characters maximum).

Over the past years, Brasilia has been mobilized to develop policies and proposals founded upon creative economy. The Creative Tourism Plan 2016-2019 was cocreated by government departments, civil society, universities, environmental organizations, cultural producers, industry and commerce segments, and stresses the importance of Brasilia joining Creative Cities Network. Public hearings, meetings and mobilizations involving cultural and social leaders have gathered suggestions to the Culture Plan of the Federal District, giving birth to proposals such as Creative Territory, Map In The Clouds and Creative Economy Agenda. The strengthening of networks that surrounded the making of these instruments involved several segments of the creative economy. The designation as Creative City is seen as fundamental to reinforce this perspective. The choice to apply to design was a collective one, as will be the implantation of the actions that appear in the presented plan.

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

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

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

In 2011, NASA's space station released an image of Brasilia's Pilot Plan, and even far from Earth's orbit it was unmistakable. The design, structured on two crossway axles, was laid out by Lúcio Costa in an act of pioneer resolution. Whether for the conspicuous quality of the buildings, for the employment of a gregarious scale, or even for the sistemic view of the project, Brasilia's materiality summarizes the responsibility of translating a nation's symbolism. The city is one of the greatest works of architecture and urbanism of the twentieth century, the most complete example of modernism's doctrines in architecture. Its signage system integrates MoMA's collection in New York and is considered one of the most important visual programs in Brazil. The diverse cultural matrix that built Brasilia bequeathed a rich, symbolic repertoire. The youth of its half a century of existence reflects the energy and capability of promoting creative economy.

9.2 Current economic importance and dynamism of the cultural sector and, in particular, of the creative field concerned: data, statistics and other indicators on its contribution to economic development and employment in the city, number of cultural enterprises, etc.

The service segment today is responsible for 71% of the entirety of Brasilia's economic activity. The city is a reference in creative economy, having registered initiatives of over 22 thousand people, which represents 1,5% of the local market. As a World Heritage site, Brasilia seeks to encourage the development of non-polluting industries, and following this notion, creative economy is key, for it consists of architecture, cultural expressions, design, audiovisual, advertising, communication, games, apps, startups, fashion, music. The creative economy sector represents 3,7% of the wealth produced in the city, corresponding to R$ 6,2 billion per year. A study conducted by Fecomércio São Paulo in 2012 analized data from 27 federated units and from the 50 largest cities in Brazil, and ranked Brasilia first as the city that gathers the greatest amount of conditions to attract and retain creative talents.

9.3 Different communities and groups engaged in, and/or that earn their livelihoods from, the creative field concerned

Brasilia is a driving force and promoter of coexistence between high-tech creative economy and the one that emerges from local manifestations. Social innovation finds here ample opportunities, and the city continues to enlighten and encourage initiatives like Traços magazine - which has daring content and bold graphic design, and proposes implementation of street papers technology focused on social responsibility, integrating the homeless population. The furniture and object production using reclaimed wood by former inmates is a partnership between cooperative Sonho de Liberdade and Baru Design. The Socio-Cultural Actions Urban Network promotes the occupation of public spaces through the practice of cultural activities and of young social entrepreneurship. The destination design and creative tourism LAB Experimente Brasilia evaluates and adopts local assets and commitments as innovation. A wide network of actions born from design sows the seeds of transformation.

9.4 Fairs, conferences, conventions, congresses, and other national and/or international events organized by the city over the past five years, aimed at professionals in the creative field concerned (creators, producers, marketers, promoters, etc.)

Among the events aimed at creative economy professionals, the following stand out: Salão Brasil Criativo – Design&Negócios (furniture, crafts, fashion), Brazilian Graphic Design Biennial, Senai Brasil Festival (textile and clothing design, training for young professionals by renowned stylists), Capital Fashion Week (already in its 17th edition, promotes fashion created locally), Retrato Brasília: cultural and aesthetic cartography Festival (meeting point for the public and local artists, consisting of fashion, art, music, gastronomy, workshops and talks). On the startup and new technologies sector, Brasilia promoted the JAM Nerd Festival 2016 (design for electronic and digital media) and the Startup Weekend. The Campus Party, greatest technology experience in the world, will be held in the city in 2017.

9.5 Festivals, conventions and other large-scale events organized by the city in the past five years in the creative field concerned and aimed at a local, national and/or international audience

There are increasing numbers of large scale and great impact events organized in the city which are related to design and other areas of creative economy, such as Casa Cor (accounting for 25 editions), Brasilia International Art Fair, the 7th Information Design International Conference (Brazilian Society of Information Design and University of Brasilia). Brasilia also promotes several international festivals, such as Porão do Rock (one of the largest independent rock festivals in Brazil, hosting international artists), Cena Contemporânea (theatre festival, already in its 17th edition), International Puppet Festival, International Dance Seminar, Brasilia International Film Festival, Cerrado Jazz Festival (great names in national and international jazz, at an open space), among others.

9.6 Mechanisms, courses and programmes to promote culture and creativity, as well as arts education for youth in the creative field concerned, both within the formal and informal education systems

Brasilia offers dozens of design courses in areas like graphic design, editorial, product, fashion, innovation design and design thinking – undergraduate, postgraduate and MBA levels. Among the institutions, the University of Brasilia stands out with seven labs: Dinfo, LabModa, LabMóvel, LabInterface, LabJóia, LaDES and TipoLab. The National

Industrial Apprenticeships Association promotes furniture, environmental and photovoltaic power courses. The Brazilian Micro and Small Business Support Service, through the DF Creative Networks Project, encourages the development of small business in the areas of visual arts, design, music and games. Athos Bulcão Foundation promotes education and training for children, young people and adults seeking to make art accessible. Perestroika innovation and creative school offers several courses. The "Jovem de Expressão" Program, by RUAS Project, assists over a thousand youngsters through dance, drama, photography, audiovisual and journalism courses.

9.7 Lifelong learning, tertiary education, vocational schools, music and drama schools, residencies and other higher education establishments specialising in the creative field concerned

Several higher education centers in the city offer drama, film, digital media, animation, music, lean startup and mobile devices development courses, such as the University of Brasilia, Higher Education Institute of Brasilia and College of Arts Dulcina de Moraes. National Industrial Apprenticeships Association (SENAI) promotes furniture, environmental and photovoltaic power courses. Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE), through its Creative Networks DF Project, stimulates the development of small businesses in visual arts, design, music, comunication and games. Open courses in cultural production and design are offered by National Commercial Apprenticeship Service (SENAC), including those of fashion, sewing, digital fashion illustration and event production.

9.8 Research centres, institutes and programmes in the creative field concerned

In this field, Brasilia gathers important institutions, such as the Brazilian Design Intelligence Group at the Ministry of Industry, Foreign Trade and Service (MDCI), which is made up of representatives from the Ministry of Culture, Apex-Brasil (Brazilian Agency for Promotion of Exports and Investments), SENAI, SEBRAE, ABDI (Brazilian Agency for Industrial Development), Brazil Design Center, ADG Brasil (Graphic Designers Association), ADP (Product Designers Association), ENAP (National Public Administration School) and the Euvaldo Lodi Institute. The Design Collegiate, one of the 14 sectors of the National Council of Cultural Politics, debates upon, analyzes, monitors and provides subsidies for policymaking, guidelines and strategies in this sector. SEBRAE, in partnership with the Federal District Tourism Secretariat, develops the Creative Tourism Brasilia Plan, as well as the Creative Networks Project.

9.9 Recognised spaces and centres for the creation, production and dissemination of activities, goods and services in the creative field concerned, at the professional level (for example, centres for professionals, cultural enterprise incubators, chambers of commerce with specific programmes for exporting cultural goods and services, etc.)

Dozens of Labs, coworkings and accelerators have arisen in the city. The Creative Brasilia Office, for example, is a governmental organization seeking to develop creative economy and offers courses and consultancy since 2015. 4 Legal, Co-piloto, Acelere.me, Espaço Multiplicade, Nave Terra and Fab Lab (worldwide network with over a thousand labs of digital production created by MIT to facilitate idea sharing) are examples of spaces aligned with these trends. The Creative Territory Program, launched by the Department of Culture in 2017, oversees mentorship, credit policies, the elaboration of sectoral plans, the development of an indicators dashboard on creative economy, and a decentralized training circuit. Cultural Spots - places for receiving and spreading initiatives - also stand

out. APEX and ABDI, agencies focused on exports and development, cooperate through partnerships that can generate programs to boost the sector.

9.10 Principal facilities and cultural spaces dedicated to practice, promotion and dissemination in the creative field concerned and aimed at the general public and/or specific audiences (youth, women, vulnerable groups, etc.)

There are dozens of art galleries and over 60 museums in Brasilia. Brazilian banks foster art in their cultural spaces. Several theaters, movie theaters and similar spaces stand out, like Elefante Centro Cultural (which houses exhibits, talks and shows, promotes open courses, publications, study groups and artistic residences); Cultural Republic Group; National Museum and Library; and the TV Tower and its Crafts Fair (one of the most symbolic monuments of Brasilia, where one can find art, furniture, clothing and jewellery items). LECria (Creative Enterprise Lab) seeks to instruct the socially vulnerable youth through entrepreneurship, and also has an Incubator in partnership with UNB which developed a methodology of assistance for young entrepreneurs from every Federal District satellite city.

9.11 Present a maximum of three programmes or projects developed by the city in the past five years to promote wider participation in cultural life, especially in the creative field concerned, particularly those aimed at disadvantaged or vulnerable social groups

"Na Trilha dos Azulejos" by the Heritage, Tourism and Education Triad, is a program awarded by the Insitute of National Historic and Artistic Heritage as the best in art-education in Brazil. It stimulates learning situations among public school students and the city, with Athos Bulcão's tile panels as central thread. "Mapa Gentil" (Kind Map) stimulates a creative eye towards the city through different languages – such as graffiti, stencil, painting, words and poetry - resulting in performances and installations in several urban sets. The actions seek to insert art in the life of people, giving new meaning to the collective space, stimulating thoughts on society and human relations. The brand "Apoena" is a social business that optimizes craftwork and fashion, and generates income. Founded over ten years ago, it offers embroidery and tailoring courses and gathers women that make a living out of them. The Brazilian embroidered clothes have featured in international runway shows.

9.12 Present a maximum of three programmes or projects developed in the past five years in the creative field concerned that have helped to create and/or strengthen relations of cooperation between the city, the private sector, creators, civil society, academia and/or other relevant stakeholders

"Experimente Brasilia", conceived by the equally named creative tourism Lab, is highlighted here. The Lab has mapped authentic spaces around the city, working with creative entrepreneurs, placing Brasilia as a cool destination. Every detail of the map was studied to visually represent the city's bustling culture. The map displays tourism centers, hotels and business enterprises. The same Tourism Lab, in partnership with the Brazilian Institute of Creative Economy, has created the "Natural de Brasília" label, that marks brands and products that have Brasilia's design and encourages local production. "Mapa nas Nuvens" is a result from a partnership between the Culture Secretariat, UNB's Creative Economy Observatory and TIM Institute. It is a free software and a cooperative tool for people and for mapping cultural actions. The initiative contributes for the creation

and development of the Information and Cultural Indicators System of the Federal District.

9.13 Role and impact of the main professional and non-governmental civil society organizations that are active in the city in the creative field concerned

Creative activities have led Brasilia's population to occupy spaces that used to be merely contemplative, and now interact with urban design, strengthening the sensation of belonging and identity. The creative economy events and meetings strengthen the service and goods economy and make usable and tangible a design that has been, for many times, inspired by architecture traits. Brasilia's creative economy ecosystem has played a fundamental part in co-creating initiatives and policies that increase the sector, having participated in the making of instruments such as the Creative Tourism Plan, Organic Cultural Law, "Mapa nas Nuvens" and Destination Design first actions. The participation of institutions like Brasilia's Graphic Designers Association (ADEGRAF) and Brazilian Association of Interior Designers (ABD), as well as cultural and sectorial entities, producers and society in such processes have enabled a way of thinking design in the city in a very diverse and transversal manner.

9.14 Main initiatives, policies, guidelines, programmes and measures, implemented by the city in the past five years to improve the status of creators and to support creative work, particularly in the creative field concerned

In the past years, a guiding principle was to strengthen incentive instruments that place creative economy among the many programs and actions in a transversal manner. The sector's historical demand, the Organic Cultural Law, was build from hearings that took place in every administrative region, with the participation of the Sectorial Collegiate and the Cultural Council of the Federal District, and has in its principles the development of creative economy. The Culture Plan of the Federal District – which establishes guidelines, strategies and priority actions for the next ten years – was put under public consultation for the final draft, and prioritizes cultural and creative positioning on territorial integrated development whilst considering creative potentials. The Design Intelligence Group and the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade, with its Brazilian Design Program, had key roles in this process.

9.15 Main initiatives, policies, guidelines, programmes and measures, implemented by the city in the past five years to support and enhance local cultural industries in the creative field concerned

The 2016-2017 Multiannual Plan of the Federal District, elaborated with popular involvement, establishes sustainable economic and territorial development through the strengthening of productive arrangements and chains regarding creative economy, aiming to project the city as a center for innovation, creativity, culture and tourism. Among its goals are the institutionalisation of four creative territories, the mapping of creative sectors in 20 Administrative Regions, and the establishment of the Creative Economy Intensive Development Center. The Plan seeks to endorse cultural and arts circuits with the implantation of an open data platform - a cell phone app for quick access to the Federal District's cultural agenda to enlarge the Culture Secretariat's performance at vulnerable territories with historically excluded cultural groups, through training, events, investments, and the recognition of spaces, cultural circuits and centers.

9.16 Main international and/or regional cooperation initiatives in the creative field concerned, developed with cities from different countries in the past five years

Recently, a statement of intent was signed with Mexico City, based on culture, education, social and environmental development, through the Europe-Latin America Alliance for cooperation among the cities (Allas Project). The memorandum of full cooperation signed with Montevideo underlines the exchange of experience in water resource management, on fighting racism, discrimination and xenofobia, at UCCI (Iberian-American Capital Cities Union). The Cooperation is proven even more relevant when the 8th World Water Forum in Brasilia (2018) is considered, as well as the Latin-American and Caribbean Cities Coalition Against Racism, Discrimination and Xenophobia, led by Montevideo. A cultural project emerged from the colaboration between Turin (Design Community Torino) and UNB's Arts and Design Postgraduate Program is being developed, aproaching Torino's and Brasilia's centralisation and decentralisation phenomenon.

9.17 Programmes or projects implemented in the last five years that directly or indirectly support and create synergies with at least one of the other creative fields in the Network

The Federal District Cultural Connection, aimed to the participation of cultural producers and operators in national and international fairs and markets, has launched the first public bid in December 2016. It intends for the growth of creative economy and entrepreneurs actions, supporting up to ten tenderers per event (including Midem, biggest gathering of world music Market in France and the Berlin Film Festival) with R$ 860,250.00 Brasília Experience Like a Local Platform consists of a network of Brasilia's hosts – chefs, architects, artists, designers, stylists. Launched by the creative tourism Lab Experimente Brasília, it connects residents and visitors, generates income and promotes destination design. The Chef nos Eixos Project proposes to bring to the Axes of Brasilia's Pilot Plan, on Sundays, food prepared by chefs and sold for popular prices. Five editions have already happened, bringing 150 thousand people to the South, North and Monumental Axes.

9.18 International cooperation initiatives and/or partnerships developed in the past five years involving at least two of the seven creative fields covered by the Network (crosscutting or intersectoral projects)

The Culture State Department of the Federal District and UNESCO develop the Technical Cooperation Project Strengthening and Modernisation of Cultural Public Policies in the Federal District, which is structured upon transversality and strategic dimension for integrated development, based on cultural citizenship appreciation, patrimony preservation and incentive to creative economy. The International Embassies Fair, promoted by the Group of Heads of Mission Spouses, has happened for over ten years in Brasilia, and is a display of each of the participating countries' cultural excellence. Over 90 embassies participated in its last edition, gathering four thousand people. The Solar Brasilia Program is in the national technical and financial cooperation projects agenda between Brazil and Germany. Being developed since 2016, it stimulates the usage of photovoltaic solar power in homes, businesses, schools, universities and hospitals, promoting a sustainable solution for the city design.

9.19 Main facilities and infrastructures made available as well as events (fairs, conferences, conventions, etc.) organized by the city in the past five years aimed at promoting the creative fields covered by the Network, other than the main creative field concerned by the application

Brasilia hosts several events that are focused on creative fields, including Festclown (International Clown Festival); Brasilia's street carnival (mobilizes over 2 million people); São João do Cerrado (Brazilian forró that is in its 10th edition and has engaged

over 3 million people); TEDxBrasília, Brasilia's Book and Reading Biennial, among others already quoted. Among the available facilities are the Brasilia Design Market (houses a mix of stores that seek to supplement services and products to best assist the consumer's demands), Cobogó Object Market (design product store, meeting place and event host for the development, promotion and sale of products made in Brasilia), as well as the Gilberto Salomão Shopping Center (hosts several events and fairs, offering to the consumer clothes, jewellery, design objects, decor items, among other materials and products from the creative industry).

9.20 Provide the city's overall earning and expenditure account over the last five years, showing amounts devoted to the creative field concerned

In the last 5 years the Federal District Government budgeted R$152,6 billion (US$ 46,080.152.800), of which R$ 4 billion (US$ 1,212.635.600) were destined for investment. Around R$ 700 million (US$ 211.241.384) of these were allocated to the promotion of Design and Innovation. The Government Program supports scientific and technological projects (internal research, knowledge production and dissemination and exchange in Science, Technology and Innovation); technological community programs (which aim at digital inclusion of the senior citizens and of the socially vulnerable). The program's amplitude embraces the promotion of uban renewal (the Orla Project and the Construction of the Science and Technology Museum stand out), as well as the Program of National and International Promotion of Design Production of the Federal District, the Support to Digital Entrepreneurship and Promotion to Entrepreneurship and Creative Territories, among others.

10. CONTRIBUTION TO ACHIEVING THE OBJECTIVES OF THE NETWORK

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

The proposed initiatives must correspond to the objectives and the areas of action specified in the Creative Cities Network Mission Statement. Please have a full knowledge of this document before filling in this part. The action plan and proposed initiatives should be realistic, coherent and feasible, highlighting the 2030 Agenda for Sustainable Development and the New Urban Agenda. It is recommended to describe the main planned initiatives rather than multiple theoretical lists of actions. The city will be expected to implement this action plan in case of its designation.

10.1 Presentation of a maximum of three initiatives, interventions, programmes or projects aimed at achieving the objectives of the Network locally by enhancing the role of culture and creativity in the sustainable development of the city, with at least one urban development initiative integrating the creative field concerned

Two of the proposed initiatives should correspond to the creative field concerned and one of the initiatives presented should be of a cross-cutting nature and link with at least one of the other creative fields covered by the Network. The presentation of the proposed initiatives should notably include the scope, the objectives, the outreach and the stakeholders (partners, participants and beneficiaries), the expected results and impact to highlight the quality, diversity and innovation of the approach. Initiatives supported by the city involving the public and private sectors, civil society, professional associations and cultural institutions are encouraged. The presentation should include

what might be challenges to achieving the plan fully, and how sustainable are the projects proposed. (3500 characters maximum).

TRANVERSAL ACTION - 1) Creative Territory: Scope – The plurality of Brasilia's conceiving materializes itself in multiple languages and entrepreneurship. The Creative Territory Program seeks to amplify and qualify the formative processes and resources offer for the development of skills in cultural fields. Goals – To promote integrated development through promotion of multiple languages. Reach – With a transversal quality, it benefits civil society in a direct manner through knowledge production. Partners, participants and beneficiaries – Federal District Government, civil society, local producers, Ministry of Tourism, Ministry of Culture. Expected impacts and results – Creative economy promotion alongside the strengthening of productive entrepreneurship and arrangements; Territorial decentralisation through training processes, consultancies and events around the Federal District; Management and programming of the project's space references will enable the strengthening of an institutional platform towards the implementation of actions that articulate the interests of different agendas and territories.

DIRECT ACTIONS

2) FID – Innovation and Design Festival: Scope – The contemporary local design landscape retrieves identitary values and rethinks sustainable assumptions. The country's dimension demands strategic thinking on the dissemination of this production and on the exchange among producers, associations, universities, business network and civil society. FID proposes to promote, every two years, this convergence and integration. Goals – To promote convergence to knowledge dissemination, integration, technical cooperation, inclusion and approach to business producers. Reach – It benefits civil society in a direct manner through knowledge production. Partners, participants and beneficiaries – Federal District Government, Academia, civil society, industry and design and innovation producers. Expected impacts and results – Strengthening of local producers; Civil society mobilization towards the understanding of design as a transformative agent; Closer relation with the industry with the perspective of cooperation and integration.

3) Creative Actions Observatory BSB – Scope: The Creative Actions Observatory BSB will be created to provide the monitoring of the actions proposed here, as well as other initiatives that intend to improve design in the city. There are projects currently being developed in Brasilia such as the redesign of the Lake Paranoá's shoreline, the patrimony's signalling, the capaign for visual de-pollution and implementation of Bike Tour and Walking Tour itineraries. Goals – To ensure transparency and social control; To stablish a permanent meeting and exchange channel in order to guarantee the participation of several actors throughout the process. Reach – It benefits civil society as a whole, specially sectors of Brasilia's creative economy ecosystem. Partners, participants and beneficiaries – Civil society, Federal District Government and creative economy actors. Expected impacts and results – Transparency throughout the action's implementation; Expansion of visibility and reach of the solutions; Development of an innovative technology for the Observatory's interface.

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

The presentation of the proposed initiatives should notably include the scope, objectives, outreach, stakeholders (partners, participants and beneficiaries) and expected results and impact, to highlight the quality, diversity and innovation of the approach. Initiatives supporting the extension of the Network in under-represented regions and countries, as well as actions involving cities in developing countries, are encouraged. A cross-cutting initiative linking several of the creative fields covered by the Network may be presented. The presentation should include what might be challenges to achieving the plan fully, and how sustainable are the projects proposed. (3500 characters maximum).

1) Action with Detroit (Design City)- Scope: During the colapse of the exclusively automotive industry local economy, Detroit reinvented itself, promoting a reflection upon local vocations and, above all, about streamlining of processes focused on sustainability. Goals – To promote experience and projects exchange. Reach – In a transversal manner it benefits civil society in a direct way through knowledge production. Partners, participants and beneficiaries – Federal District Government, University, Designers and Producers: The College for Creative Studies (CCS) – Detroit University, University of Brasilia, Product Designers Association, Ministry of Culture. Expected impact and result – Technical cooperation; Input of sustainable assumption in the project; Efficiency on resources usage.

2) Action with Buenos Aires (Design City): Scope – From Buenos Aires's experience of creating creative districts in order to encourage local vocations, the city transformed itself boosting the economy and at the same time promoting inclusiveness and income generation. Goals – To foster experience exchange regarding local vocation promotion. Reach – Brasilia and the integration between the city center and the city border. Partners, participants and beneficiaries – Government, University, Designers and Producers: Buenos Aires Secretariat of Creative Economy, Ministry of Tourism, Ministry of Culture. Expected impact and result – Technical cooperation; application of expertise on the development of creative districts having in mind Federal District's territoriality.

3) Action with country-members of Community of the Portuguese-Speaking Countries: Scope – More than 200 million portuguese speakers are spread over four continents. 20 years ago CPLP was founded. It gathers this lusophone universe and consists of 8 countries: Angola, Brazil, Cape Verde, Guinea-Bissau, Mozambique, Portugal, São Tomé and Príncipe and East Timor. During the VI CPLP Reunion of Science, Technology and Higher Education Ministers, in April 2014, in Maputo, it was set as priority the development of efforts promoting innovation and exchange of teaching workforce, student body and technical frames between these countries. Goals – To promote experience exchange regarding the promotion of innovation in up to three português-speaking countries, specially with countries on the African Continent. Reach – CPLP members: Angola, Cape Verde, Guinea-Bissau, Mozambique, Portugal, São Tomé and Príncipe and East Timor. Partners, participants and beneficiaries – Brazilian Government, Country-members of CPLP, University and Designers, Culture and Tourism Ministries. Expected impact and result – Technical cooperation; Experience and good practices exchange, and development of projects/research topics that seek sustainable solutions for specific problems regarding living conditions (health, safety, food) and quality of life (social, psychological and physical well-being); CPLP internationalisation regarding science and technology, looking for integration and assurance in regional and international organizations and networks; Usage of efficient mecanisms and comunication, as well as of information exchange regarding advances in technology, science and innovation fields.

10.3 Estimated annual budget for implementing the proposed action plan

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

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

The governmental resources alloted for the execution of the proposed action plan amount to around R$ 2,4 million (US$ 725.448,11). Resources originated from other sources, such as international cooperations, commerce and industry sectors, academia and national banks can also be added for the actions' implementation. These figures feature expenses with staff, technical support, project management and administration, activity programming, promotion and expenses related to international travel.

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

Presentation of the organization and governance structure of the city, as well as the resources in terms of personnel and/or the entity that will be established to ensure the planning and implementation of the proposed action plan and an active contribution by the city to the achievement of the Network's objectives. The person in charge of the proposed entity will be the focal point for the city in case of designation. Presentation of the organizational structure and the planned working arrangements of the entity, as well as the potential partners to implement the action plan with names, designations and contact details of key experts, non-governmental organizations (NGOs) and academic institutions. (1000 characters maximum).

This application understands to be fundamental that its program be led by the civil society, in a transversal and articulated manner among its several sectors. Thus, for activity management, an entity consisting of experts in different fields of the Creative Economy and with at least 5 years of experience conducting projects, will be selected. Also, two Councils will be created: Executive (with the mission of ensuring the program's deployment and goals) and Advisory (covered by leaders and personalities reputed for their knowledge in design, innovation, production, academic and professional segments).

10.5 Plan for communication and awareness-raising in the city

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

The Communication Plan seeks to educate several targeted groups about this membership, showing benefits and summoning to engage. Message targeting and image usage as weel as distinctive media usage will evoque the understanding that Brasilia will benefit directly from a title able to foster economic, cultural and creative development. The communication strategy has three phases: 1. Information, explanation and adhesion (civil society, academic community, design professionals and opinion leaders); 2. Fostering a favorable environment (phase 1 targeted group plus population surrounding Brasilia); 3. Showing the achievements (gathering of society, politicians, academic community and opinion leaders). Press consultancy, digital communication and support material will be added, having in mind that phase 2 will have regional advertising and phase 3 will have national advertising. The goal is to impact 1 million people at least twice by information relating to the subject.

11. IMPLEMENTATION AND IMPACT REPORTS OF THE DESIGNATION

☒ If designated, the city shall provide every four years, a Membership Monitoring Report as requested by UNESCO, which provides detailed information on the effective implementation of activities related to its designation as a UNESCO Creative City and on their impact.

12. PARTICIPATION IN ANNUAL MEETINGS OF THE NETWORK

☒ If designated, the city shall ensure the participation of a delegation from the city, including at least one representative, in the annual meetings of the UNESCO Creative Cities Network and shall be responsible for covering any travel and subsistence costs incurred. If more than one representative attend, at least the aforementioned city focal point or one expert will be included.

13. PROVIDING INFORMATION TO THE SECRETARIAT

☒ If designated, the city shall provide in time relevant and up-to-date information related to any change of the contact details (see sections 3.1, 3.2, 3.3, 3.4)

14. COMMUNICATION MATERIALS

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

Please note that the city is responsible for the quality and accuracy of the submitted communication materials. In order to facilitate the preparation of these materials, please refer to the UCCN website where a city page for each current member is presented.

14.1 Brief presentation of the cultural assets and creative industries of your city in the creative field concerned. Data, statistics and other indicators are highly recommended. (1400 characters maximum)

Brasilia has innovation and design in its DNA. At the heart of Brazil, it is shaped by cultural and ethnic diversity from every region of the country. From the boldness of Juscelino Kubitschek, Lúcio Costa, Oscar Niemeyer and Burle Marx the greatest city in the world built in the 20th century emerged in 1960, and was declared World Heritage Site by UNESCO. Capital of Brazil and headquarters of the the Federal District, Brasilia has a population of 2.570.160 inhabitants in a territory of 5.780 km². An important economic center, it has the higher GDP per capita in Brazil, ranking 4th in Latin America. The city has over 60 museums, cultural spaces, several teaching centers and hosts events like Brazilian Design Biennial, International Jazz Festival and Campus Party. It is considered the most creative Brazilian city and American Capital of Culture by the International Bureau of Cultural Capitals. Brasilia witnesses the blooming of a rich creative scenario, a movement that gives spaces new meaning with the rise of collectives, new cultural and design proposals. Dozens of Labs and accelerators act in the city, in an intensive process of development of creative economy. Fashion, craft, gastronomy, music, architecture, design markets and fairs. Destination design, idea design, territory design, city design.

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

The plan presented by Brasilia promotes:

1. The appreciation of cultural diversity in its territory;

2. The promotion of design in a transversal way and its interpretation as having pontential to transform realities;

3. The exchange of experiences and good actions among members of Creative Cities Network;

4. Establishing permanent comunication channels with the sector involved in the proposal;

5. The production and release of the knowledge generated in this process;

6. The academic and scientific exchange;

7. The prototyping of social technologies that are appropriate for the territories;

8. Opportunity generation and encouragement to develop new areas, permanently boosting innovation

14.3 A maximum of four URL links to websites related to the creative field concerned and the contents of the application

- Brasilia cidade criativa = https://www.brasiliacityofdesign.com/about/

- Fundação Athos Bulcão = http://www.fundathos.org.br/

- Mapa nas Nuvens = http://mapa.cultura.df.gov.br/

- Piknik = http://picnik.art.br/

Date 01/06/2017 **Signature**