

CIDADE CRIATIVA: PERSPECTIVA DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO PARA BOA VISTA (RR)

*ELIALDO RODRIGUES DE OLIVEIRA¹
STÉFANO FLORISSI²*

Resumo

A dinâmica inovadora das mudanças socioeconômicas e científicas traz novas perspectivas axiológicas que relacionam cultura com eficiência econômica. **Diante deste contexto, algumas cidades souberam se reinventar e assim se destacaram a partir da criatividade, desenvolvendo uma economia que se move ao redor de ativos intangíveis e simbólicos, no fortalecimento de setores tradicionais da economia. Atualmente, cidades assim desfrutam de** forte crescimento urbano e alta qualidade de vida. **Neste sentido, a** presente pesquisa se configura como uma proposta de investigação acerca do potencial criativo da cidade de Boa Vista, capital de Roraima, frente à sua realidade multi e intercultural, buscando destacar elementos da economia criativa como uma possibilidade a mais de geração de renda, na contribuição de seu desenvolvimento socioeconômico sustentável, a partir de princípios norteadores para as cidades criativas. Para o desenvolvimento deste estudo foi utilizado o método de pesquisa tipo descritiva, sob a orientação da ciência

econômica. A partir da observação do espaço urbano de Boa Vista, buscou estabelecer comparação com cidades que passaram por um processo de reinvenção urbana, apostando na criatividade de sua população, através da avaliação de ambientes criativos, percepção e comportamento de sua população frente a questões econômicas, sociais e culturais. Adicionalmente discutem-se alguns direcionamentos de ações públicas e privadas capazes de promover condições para Boa Vista se tornar uma cidade criativa.

Palavras chave: Cidade. Criatividade. Desenvolvimento socioeconômico.

Abstract

The innovative dynamics of the changes socioeconomics and scientific brings new perspectives axiological that relate culture with economical efficiency. So, some cities knew how to reinvent standing out starting from the creativity, developing an economy that moves around of intangible and symbolic assets, in the invigoration of traditional sections of the economy. Now, they enjoy strong urban growth and high life quality. In this sense, the present research configures itself as an investigation proposal concerning the creative potential of the city of Boa Vista, capital of Roraima, front its reality multi

¹ Licenciado em Filosofia. Mestre em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Músico e compositor. Mestre em Educação. Doutorando em Educação pela Universidade Autónoma de Asunción. Coordenador e professor do Curso de Filosofia da Universidade Estadual de Roraima (UERR), Brasil. Email: Elialdo_Oliveira@hotmail.com

² Bacharel em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco, mestrado em Economia pela University of Illinois at Urbana Champaign, doutorado em Economia pela University of Illinois at Urbana Champaign e pos-doutorado pela University of Illinois at Urbana Champaign. Atualmente é Professor Adjunto I da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul. Email: florissi@portoweb.com.br

and intercultural, looking for to detach elements of the creative economy as a possibility the more of generation of income, in the contribution for its development maintainable socioeconomic, starting from beginnings guides for the creative cities. For the development of this study the descriptive method of research type was used, under the orientation of the economical science. Starting from the observation of the urban space of Boa Vista, it was looked for to establish comparison with cities that went by a process of urban (re)invention, betting in the creativity of his/her population, through the evaluation of creative atmospheres, perception and behavior of his/her population front to subjects economical, social and cultural. Additionally, some directrix of public and private actions are discussed capable to promote conditions for Boa Vista to become a creative city.

Key Words: City. Creativity. Socioeconomic development.

JEL: R1

1 Introdução

A dinâmica inovadora das mudanças socioeconômicas e científicas traz rápidas transformações no campo das comunicações pessoais e interpessoais, principalmente no espaço urbano, frente à economia globalizada. **Diante deste contexto, algumas cidades souberam se reinventar e se destacaram como cidades criativas, desenvolvendo uma economia que se move ao redor de ativos intangíveis e simbólicos, como a dimensão cultural, no fortalecimento de setores tradicionais da economia. Neste sentido, Reis (2008) aponta** várias cidades que estão compondo a iniciativa da Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Também nas cidades brasileiras há enorme criatividade, mas as iniciativas não se integram em uma plataforma, em uma estratégia de

transformação. Entretanto, segundo Reis e Urani (2009), algumas cidades têm olhado para essa questão mais detidamente, como é o caso de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, e Belo Horizonte. Algumas cidades de porte médio (100 a 500 mil habitantes), como Florianópolis, estão buscando trilhar esse caminho. Também, considerando a média populacional, Boa Vista, capital do Estado de Roraima, com 284.258 habitantes (IBGE, 2010), se fizer uso de seu perfil socioeconômico, poderá ser incluída nesse grupo por apresentar potencialidades criativas. Nesse contexto, destaca-se também algumas cidades de pequeno porte (até 100 mil habitantes), como Guaramiranga (CE), Paraty (RJ), Natividade (TO), embora ainda não utilizem esse conceito.

Boa Vista está localizada no extremo norte do Brasil. Seu contingente populacional corresponde cerca de 63% da população total do estado. Assim sendo, tornou-se o principal centro urbano a concentrar migrantes, por se apresentar como centro mais dinâmico na oferta de bens e serviços diversos, incluindo atividades culturais. Este aspecto evidencia a forte concentração e influência econômica desta porção territorial em relação ao restante do estado. Isto ocorre devido ao poder de atração de pessoas e empreendimentos em diversas áreas, com destaque para a área cultural, expressa pela criatividade e caracterizada por ser ambiente de desenvolvimento e integração econômica da capital ao restante do estado, assim como com os países fronteiriços.

Dessa forma, esta pesquisa está focalizada no princípio de que as cidades que utilizam a criatividade como fator para o desenvolvimento urbano sustentado constituem atores decisivos na economia de uma região. Nesse sentido, entende-se que ao apostar na criatividade, considerando seu perfil multicultural e moderno, a cidade de Boa Vista poderá se destacar no quadro da economia do conhecimento, frente às demais

capitais brasileiras e principalmente da Região Norte, viabilizando uma melhor qualidade da vida urbana. Ademais, o estudo busca ainda, busca orientar e contribuir para a formulação de políticas inovadoras, que poderão estimular a criatividade daqueles que a habitam e a lideram, escrevendo no presente seu sucesso no futuro.

2 Aspectos históricos e conceituais de cidade criativa

Historicamente o surgimento das cidades é marcado pela necessidade social e econômica de relacionamento e subsistência humana. De acordo com Reis (2008), no período medieval, as pessoas passaram a migrar do campo para as cidades, dando origem à formação das indústrias e à divisão do trabalho, caracterizando assim a cidade industrial.

No século XX, ocorre a transformação das cidades, com o advento da sociedade e economia do conhecimento. Assim tem início o reconhecimento de uma nova forma de capital, o “capital humano”, entendido em termos sociais e econômicos. Por outro lado, no final da década de 80 e início dos anos 90, surgem as reflexões a cerca da criatividade no espaço urbano, afetado progressivamente pelo avanço das novas tecnologias e o acirramento da globalização.

É nesse contexto tecnológico industrial que a “economia criativa” tem sua gênese em 1994 na Austrália, tomando visibilidade concreta no Reino Unido em 1997 e ganhando o mundo na primeira década do século XXI. É nesse cenário que tem origem a tendência da cidade criativa. Desse modo, verifica-se que as cidades inglesas tiveram papel determinante na história inicial das tendências de um espaço urbano constituído sob o signo da criatividade sustentável, a partir de uma escala gradativa das indústrias criativas à economia criativa e, por fim, cidades criativas.

Nesse sentido, Landry (2000) destaca que o indicativo da cidade, enquanto espaço econômico criativo, possibilita alternativas à criação de condições necessárias para as pessoas pensarem, planejarem e agirem com imaginação na procura de oportunidades ou respondendo a problemas urbanos aparentemente insanáveis.

A partir de tais premissas, percebe-se que os estudos das condições afinadas à ideia da “cidade criativa”, rapidamente deu origem à análise de uma “economia criativa”, avançando para os estudos de Richard Florida em 2002. O autor aborda uma nova classe criativa³ emergente das reconfigurações culturais da segunda metade do século XX. Destarte, ergue-se então os estudos sobre as cidades criativas como centros do conhecimento ou globais, que na visão de Florida (2005), transformam-se em contextos sociais com maior capacidade para atrair os membros da classe criativa e, conseqüentemente, os meios com maior competitividade econômica.

É nessa perspectiva que Reis (2008) aborda a diversidade no conceito que, enquanto para alguns revela a efervescência do que é produzido criativamente no espaço urbano, para outros um ambiente que gera, capacita, atrai e retém talentos que sustentam a criatividade e os valores econômicos agregados.

Por assim ser, a importância de se definir o conceito de cidade criativa passa pela compreensão de contextos econômico, social e político, incluindo a historicidade do lugar. É com base nesse pensamento que Landry (2000), a partir de seus estudos analíticos sobre o tema, apresentou pela primeira vez em 1990 um conceito de cidade criativa. Intrigado pelo fato de que algumas cidades prosperam e outras não, o autor conclui que a cidade criativa é uma “ferramenta para a inovação urbana”. Desse modo, concorda com Florida (2002), ao destacar que as cidades podem ser consideradas

criativas quando conseguem ser funcionais em três áreas específicas, chamadas por ele de 3 Ts: talento, tecnologia e tolerância.

Landry (2000), destaca ainda que para uma cidade ser criativa é preciso dispor de indústrias culturais, diversidade étnica e multiculturalismo, inovação arquitetônica, comunitarismo urbano, vizinhança e identidade. Em outras palavras, como define Reis (2008, p.3), “cidade criativa é entendida como uma cidade capaz de transformar continuamente sua estrutura socioeconômica, com base na criatividade de seus habitantes e em uma aliança entre suas singularidades culturais e suas vocações econômicas”. Nessa perspectiva é possível relacionar o objeto deste estudo com as ideias expostas, verificando que a cidade de Boa Vista dispõe de várias das qualidades relatadas, além de uma vocação à cidade do conhecimento, como aborda Ferreira (2010), apresentando elementos próprios de uma economia criativa.

De acordo com Florida (2005), no âmbito da tolerância, destaca a importância de uma cultura aberta às diferenças para a criação de novas ideias e modelos produtivos. O autor está certo de que a aposta na cidade criativa se configura na atração de talentos, na existência de uma educação de qualidade, de empresas inovadoras e na prática da cooperatividade entre as pessoas. Por assim ser, estende o conceito de cidades criativas como cida-

des autênticas, informais e vibrantes de uma qualidade de vida excelente. São lugares onde habita a classe criativa, um lugar efervescente, porém tolerante.

3 Da indústria cultural à indústria criativa

Uma leitura da história socioeconômica da indústria criativa mostra sua evolução a partir da ideia de indústria cultural. Nesse sentido salienta Landry (2000), que uma cidade só se torna criativa quando dispõe de indústrias culturais. Por outro lado Adorno (1991, 1991 *apud* LAURENCE e PHILLIPS, 2009, p.7) observa que “toda a prática da indústria cultural transfere o motivo do lucro desnudo nas formas culturais”.

Concordando com tal premissa, Adorno, demonstra sua preocupação com a produção cultural orientada pela proposta de geração de capital. Por outro lado, a partir deste entendimento, Laurence e Phillips (2009, p.8), “acrescentam a ideia de indústrias culturais múltiplas que compartilham a atividade comum de produzir cultura, mas que são diferenciáveis em aspectos relevantes”, tornando o conceito mais amplo. Por esta razão, percebe-se que num primeiro tratamento dado ao tema da indústria criativa, surge o termo indústria cultural.

O entendimento contextual mostra de tal modo que na década de 80, o *Greater London Council*⁴ começou a utilizar o termo indústrias

³ Lançada, em 2002, sua obra de referência *The Rise of the Creative Class*. Nesta obra, Richard Florida, Catedrático de Política Pública, doutor em Planejamento Urbano e diretor do Lloyd & Delphine Martin Prosperity Institute, em Toronto, Canadá, identificava uma nova classe econômica - a “classe criativa” - e declarava que seria ela a dominar a vida econômica, social e cultural deste século, como havia sucedido com a classe trabalhadora ou dos serviços. Mesmo sendo menos numerosa, a “classe criativa” - um conceito amplo que engloba profissionais que utilizam a criatividade como motor da sua atividade, entre artistas, músicos, cientistas, professores, agentes financeiros, empresários ou advogados - é motor do crescimento e da transformação da economia como um todo.

⁴ O Conselho da Grande Londres (GLC) é a política que rege o corpo de Londres a partir de 1965, sucedendo a London County Council. The reorganisation of local government in London was proposed by a Royal Commission and accepted by the government in 1961^{[1][1]}. A reorganização da Administração Local em Londres foi proposto por uma Comissão Real e aceite pelo Governo, em 1961.

culturais para englobar atividades culturais que operavam como atividades comerciais, mas que não estavam integradas no sistema de financiamento público, sendo importantes fontes de riqueza e emprego (REIS, 2007). Não obstante, uma parte significativa dos bens e serviços que a população consumia (tais como televisão, rádio, cinema, música, concertos, livros) não se relacionavam com o sistema público de financiamento. Desse modo, compreende-se que o termo surge objetivando expressar a ligação existente entre arte e economia, consequência do desenvolvimento das atividades culturais como importantes fontes de riqueza e trabalho (EWEN, 1988), assim como para designar empresas que produzem bens e serviços culturais, ou são capazes de reinventar suas formas de gerar renda a partir dos recursos e/ou potencialidades disponíveis.

Entretanto, somente na década de 90, a partir dos avanços tecnológicos é que o conceito se torna mais abrangente, visando a produção de *software* e todo o arcabouço das tecnologias de informação e comunicação (REIS, 2007). Com base nesse princípio se pode afirmar que a gênese da indústria criativa está na indústria cultural, assim como a gênese da cidade criativa está na indústria criativa que proporciona uma economia norteada pela criatividade inovadora.

Destarte, entre os vários elementos importantes, pode-se destacar o aspecto predominante da indústria criativa em possibilitar o intercâmbio econômico no mercado, que tem sua origem na criatividade e cujo valor se mede na rentabilidade dos direitos de “propriedade intelectual” (MANKIW, 2007; REIS, 2007), que se vendem ou licenciam no mercado, cada vez mais mercado de exportação de bens e serviços voltados ao crescimento econômico. Com base nesse pensamento Mascarell (2006), reconhece a importância da indústria criativa para definir a tendência de uma cidade

como criativa, assim como sua capacidade competitiva

4 Política pública de desenvolvimento para uma cidade criativa

As cidades com qualidade de vida e bem-estar social são orientadas por organizações sociais fortes e agentes públicos conscientes e comprometidos com o seu papel de liderança e indução da comunidade na busca de políticas criativas que atendam e doem sustentabilidade à cidadania no espaço urbano. Nessa perspectiva, considerando as teorias de Florida (2005), acerca do talento, da tolerância e da tecnologia, vale destacar que as políticas públicas de desenvolvimento da cidade criativa devem estar direcionadas para o desenho de um plano que atraia investimentos e criação de condições para a existência de vários estilos de vida e amenidades no espaço urbano.

Por esse entendimento, vale destacar que no âmbito brasileiro, é de boa aceitação os provimentos de políticas públicas sociais urbanas, orientadas pela Lei nº 10.257, de julho de 2001, denominada Estatuto da Cidade. A Lei estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo.

Por outro lado, Hanson e Gomes (s. d) entendem que a cadeia produtiva é muito cara aos estudiosos e definidores de políticas públicas de desenvolvimento regional na medida em que indústrias correlatas podem ser aglomeradas regionalmente (ou não) nos chamados arranjos produtivos ou *clusters*⁵, que contribuem em conjunto para o desenvolvimento, podendo ser espontâneos ou estimulados por políticas de fo-

mento específico, principalmente no que diz respeito ao estímulo à criatividade.

Desse modo, mesmo que o tema das políticas públicas criativas seja compreendido como políticas de Estado, consolidadas por projetos solidamente planejados, e não apenas ações de interesse de governos, é fundamental destacar o papel e a importância da sociedade organizada como agente fomentador da consciência de se pensar a cidade e seu *status* criativo, como aborda Landry (2000), ao propositar sobre o *Genius Loci*⁶ ou espírito criativo da cidade.

Com esse fito, Reis (*apud* SANTANDER, 2009), ao tratar o tema da política pública voltada para a criatividade no contexto urbano, a define como sendo ações voltadas para o desenvolvimento de forma integral da cidade, sobretudo no estímulo às atividades culturais. Nesse sentido, aborda que o conceito do público pertence ao coletivo. Portanto, política pública deixa de ser sinônimo de política governamental. Em outras palavras, faz entender que a ideia de “a política pública de cultura ultrapassa os limites da pasta de cultura do governo e envolve o setor privado e a sociedade civil” (REIS, 2007).

Por outro lado, é evidente que o desafio de elencar uma cidade à condição de cidade criativa é enorme. Demanda formulação de estratégias pautadas a partir de uma “economia criativa”. Desafio que como bem destaca Landry (2005) é de toda a população constituidora da cidade e não só de gestores públicos. Dessa forma racionalizar que as pessoas são o conteúdo principal da cidade criativa. Por assim ser, a criatividade da cidade pode vir de

⁵ Os *clusters*, também denominados pela literatura como Arranjos Produtivos Locais (APL's) são aglomerações de indústrias e instituições que têm ligações fortes entre si e que necessitam de renda e de riqueza para serem dinamicamente competitivas. A essência do desenvolvimento de um *cluster* está na criação de capacidades produtivas especializadas.

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

qualquer fonte, isto é, de qualquer pessoa capaz de resolver um problema. Porém é fundamental destacar a capacidade de suas redes tanto quanto de sua administração. Ademais, política pública para cidades criativas é nada mais que políticas de investimento nas próprias pessoas para uma melhor qualidade de vida, garantindo sustentabilidade humana.

5 Criatividade e sustentabilidade urbana

As cidades são lugares onde as pessoas podem cumprir uma necessidade social que é a de viver “juntas,” como acredita Landry (2006 p.2). Desse modo faz entender que os *stakeholders*⁷ de cada país devem negociar com os poderes públicos as políticas e medidas mais efetivas para garantir a sustentabilidade não só da diversidade cultural, mas também do que poderíamos chamar de ecologia social e cultural que interferem na vida urbana.

O dado significativo claramente perceptível é que na contemporaneidade está cada vez mais evidente a interseção entre sustentabilidade e desenvolvimento econômico e humano, associados à capacidade criativa e inovadora das pessoas na cidade (REIS, 2007). Com referência à estrutura produtiva de hoje, encontramos que “as novas tecnologias são estimuladas pela ampliação dos conhecimentos e da prática científica” (WERTHEIN e CUNHA, 2004, p. 45), assim como da capacidade inovadora de uma sociedade e seu potencial ideado econômico reinventivo da existência, considerando tempo espaço e relação.

De Masi (2000, p. 185) alerta que o baixo nível de ideia impede a capacidade criativa das pessoas na empresa. Alerta que a burocracia reduz a capacidade dos trabalhadores de uma empresa de inventar e se tornam outros robôs. O autor faz entender que a sustentabilidade passa também por uma formação ética permanente das pessoas e que o princípio utilitarista de uma

competitividade destrutiva entre as pessoas e delas com a natureza, deve dar lugar a uma solidariedade criativa, fundada no respeito cósmico e no sentido único de pessoa humana.

Embora o enfoque seja o que pensam os economistas e estudiosos da cultura no sentido de inovação e melhoramento estratégico das condições existenciais humanas, não se pode deixar de considerar a importância dos investimentos em Educação, Ciência e Tecnologia em relação ao desenvolvimento das potencialidades criativas de uma cidade. Corroborando com essa proposição, Landry (2000) aborda que elementos como as capacidades humanas, a vontade e capacidade das lideranças públicas, os aspectos urbanos e respectivas instalações, a cultura de organização da vida da cidade, assim como o trabalho em rede entre os entes públicos e privados são fatores fundamentais para o desenvolvimento urbano, dentro de perspectivas sustentáveis. Nesse sentido, é válida a definição de cidade criativa como possibilidade de desenvolvimento sustentado para Boa Vista, por reunir características próprias que lhe dão os atributos designados pelos princípios da economia criativa, indutores de melhorias na qualidade de vida.

Dentro dessa perspectiva, é mister destacar a ideia desenvolvida por Mankiw (2007) de que os ganhos de uma pessoa dependem da oferta e demanda pelo seu trabalho, que por sua vez dependem do talento natural criativo, do capital humano, dos diferenciais compensatórios, da discriminação e assim por diante. Ao apresentar tal raciocínio, o autor deixa evidente que o

desenvolvimento, seja individual ou coletivo urbano, passa pelo potencial criativo e inovador dos indivíduos enquanto comunidade.

Nesse sentido, desenvolver um perfil sustentável é ponto determinante para a atratividade. “Na era da criatividade, é necessário despertar o potencial criativo de todos” (FLORIDA, 2002). Nesse contexto, destaca-se a capacidade criativa das pessoas, um desenvolvimento intelectual e sobretudo relacional, principalmente nos aglomerados humanos no espaço urbano, como se apresenta Boa Vista, com sua interculturalidade.

6 Cidades com tendências criativas

Ser criativo é saber se reinventar diante dos desafios enfrentados no cotidiano social. Segundo Cavalcanti (s,d), no coração da criatividade estão três elementos: primeiro, pessoas criativas, profissionais capazes de produzir novas ideias sobre gestão urbana. Segundo, organizações abertas, sensíveis a parcerias público-privadas que incentivem ambientes criativos na produção de obras e serviços urbanos. Terceiro, mecanismos funcionais que viabilizem a operação de novas abordagens para transporte coletivo, parques urbanos, educação continuada e saúde comunitária.

É com esse propósito que várias cidades estão compondo a iniciativa da Rede de Cidades Criativas da UNESCO. De acordo com Reis (2008), este endosso, foi lançado em 2004, com o objetivo precípua de formar uma rede de cidades que compartilhem experiências, impulsionem o potencial criativo conjunto e desenvolvam eventualmente projetos comuns.

⁷ *Stakeholder* em inglês refere-se a todo ator social que tem um interesse (um *stake*) em qualquer situação, sobre tudo em situações em que políticas públicas ou ações privadas afetam a sua vida. Por exemplo, se uma usina nuclear decide se estabelecer num bairro, todos os moradores são stakeholders, porque eles vão sofrer, ou se beneficiar, da produção de energia ou poluição radioativa. O processo democrático é aquele em que todos os stakeholders têm oportunidade de participar nas decisões que afetarão a sua vida.

Nessa perspectiva, estão incluídas várias cidades já reconhecidas como criativas. Assim, destacam-se cidades como Assuan, no Egito e Santa Fé, no Novo México, que se caracterizam como criativas por seu desenvolvimento no campo das artes populares; Popayán, na Colômbia, pela gastronomia; Edimburgo, na Escócia, pela literatura; Buenos Aires e Montreal, pelo design de sua arquitetura; Bolonha, na Itália, Glasgow, na Escócia, e a espanhola Sevilha, pela música típica (CASTIONI, s.d.). Entretanto, pode-se perceber que cada cidade tem uma marca especial que a coloca como destaque no universo das cidades criativas, segundo seu “*genius locci*” (LANDRY, 2000).

Já o Brasil é considerado por sua população um país com potencialidades criativas, mas que ainda não estão sendo plenamente utilizadas. **Diante desse contexto, Reis e Urani (2009) abordam que a vasta maioria das cidades brasileiras ainda está alheia a essas discussões. Porém, se pode notar que algumas têm olhado mais detidamente para essa questão e já começaram a traçar estratégias de reinvenção urbana, embora ainda não utilizem claramente o conceito de cidade criativa.**

Dessa forma, o que faz de Curitiba, capital do Paraná, uma cidade com tendências criativas está relacionado, principalmente, ao potencial de atração e tolerância de seus habitantes. Segundo Cavalcanti (s.d), suas ruas pedestrianizadas, fizeram da cidade uma referência nacional e internacional em planejamento urbano, respeito ao meio ambiente e conciliação de programas sociais com desenvolvimento econômico.

Já o Rio de Janeiro começa a perceber que investir na economia criativa pode ser uma aposta muito promissora. Segundo Pires (2009), o que faz do Rio uma cidade com tendências criativas, relaciona-se ao seu potencial cultural, ao índice de boêmia e a presença de atividades

de alta tecnologia que estimulam a criatividade e a inovação. Do ponto de vista cultural, entre os diversos eventos culturais representados pela arte musical, teatro, cinema e outros segmentos da indústria cultural criativa, destaca-se o Carnaval do Rio, que se expressa pela criatividade atraindo turistas do mundo inteiro e estimula a economia da cidade.

Por outro lado, a grande São Paulo está se organizando com relação a ter suas potencialidades criativas reconhecidas, como ferramenta e ambiente de desenvolvimento econômico e social de forma sustentável, contemplados na Agenda 2012. Segundo Reis e Urani (2009) a cidade de São Paulo é um mundo próprio, borbulhando na efervescência cultural e econômica, com pouco menos de 11 milhões de paulistanos.

A agitação e *buzzle* da cidade mais populosa do hemisfério sul é fomentada por uma cultura totalmente heterogênea. É detentora de uma importante parcela na produção de conhecimento do país. Tornou-se referência internacional para a realização de grandes eventos culturais, tecnológicos e, principalmente da moda. Segundo Reis e Urani (2009), todo o conjunto inovador das mais diferentes áreas do desenvolvimento socioeconômico que envolve novas tecnologias, indústria cultural em todos os segmentos e um alto grau de tolerância, faz de São Paulo uma cidade que caminha para se tornar efetivamente uma cidade criativa.

Já em Belo Horizonte, destacam-se parques recreativos, uma culinária singular especial, um enorme patrimônio histórico cultural, que estimula ainda mais o poder atrativo e o turismo urbano, assim como em seu entorno. É com base nesse contexto que Golgher (2009), aponta propostas criativas vistas e vividas no espaço urbano de Belo Horizonte. Dentre elas, está o Savassi Festival, festival de *jazz* que acontece nas ruas e estimula a criatividade

cultural musical e promove desenvolvimento socioeconômico urbano. Além da Mostra de Design que reúne discussão e exposição de trabalhos de *designers* locais e nacionais. Dessa forma, em acordo ao que propõe Golgher (2009), as potencialidades criativas da capital mineira, está criando mecanismos para o desenvolvimento social e econômico da cidade.

Por outro lado, de acordo com Reis (2008), algumas cidades de porte médio (entre 100 e 500 mil habitantes), são as que mais crescem nos países em desenvolvimento, pois estabelecem pontos e conexões entre as pequenas e grandes cidades, entre o local e o global, entre o passado e o futuro. Nesse contexto é oportuno lembrar que a cidade de Boa Vista, Capital do estado de Roraima se enquadra nesse perfil, dado seu quantitativo populacional de aproximadamente 300 mil habitantes.

Nesse universo, destaca-se, também, Florianópolis, capital de Santa Catarina, que tem se orientado economicamente de forma sustentável. Diante desse contexto, Pires (2009), chama a atenção para indicadores de desenvolvimento sociais e econômicos, que retratam uma tendência clara para uma econômica criativa. Observa ainda que no item proporção de trabalhadores na economia ativa, a cidade está em 2º lugar a nível nacional. Aborda que esse indicador está relacionado à proporção de trabalhadores em atividades criativas. Segundo os estudos de Pires (2009), o índice de boêmia elevado em Florianópolis torna a cidade mais atraente para aqueles trabalhadores altamente qualificados, pois envolvem trabalhadores em artes, atores, diretores, pintores, compositores, músicos, *designers*, desenhistas industriais.

Em se tratando de cidades de pequeno porte (até 100 mil habitantes), é importante destacar Paraty, uma cidade do interior do Estado do Rio de Janeiro, que se

gundo Cavalcanti (s,d), está ousando se tornar a cidade da literatura, com base na Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP). É na literatura que a cidade encontra sua principal potencialidade criativa. Frente a esse festival literário, o autor entende que a cidade vem se desenvolvendo numa perspectiva social e econômica, buscando tornar-se cada vez mais atrativa, talentosa e tecnológica, a partir de seu potencial inovador.

Já a cidade de Natividade, é chamada de berço histórico-cultural do estado de Tocantins, está entre as trinta maravilhas do Brasil. Natividade possui ruas tortuosas, becos, praças, e construções arquitetônicas em estilo colonial de influência portuguesa tombadas pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Dentre estes destaca-se o Museu Histórico de Natividade, integrado ao Centro de Artesanato e Apoio ao Turista. Além de cerca de 70 imóveis públicos e privados, praças e becos, que ultimamente passou por restauração e revitalização.

De acordo com Magno (2009), a **sistematização cultural está organizada em um rico calendário, com festas religiosas e manifestações culturais, uma herança deixada por portugueses e africanos.** O autor destaca, também a preservação de uma arte secular, conhecida como a técnica da confecção em filigrana de jóias artesanais em ouro e prata, que tem se mantido viva pelas mãos de mestres ourives nativitanos. Reflete a criatividade em olhar para o mundo representativo da cultura do passado com olhos do presente e traduzir tudo isso em desenvolvimento social e econômico, visando o bem estar da comunidade.

Por outro lado, Guaramiranga no Ceará, que possui apenas cerca de cinco mil habitantes, é caracterizada como uma cidade criativa. Segundo Carvalho (2010), o “Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga” foi a bandeira de mudança e visibilidade da região, sustentada por

uma estratégia sólida e uma série de ações enredadas. Já Reis e Urani (2009), entendem que essas performances são complementadas por oficinas, atividades de ecoturismo, encontros de talentos já famosos juntamente com outros que ainda estão desabrochando. Destaca também a existência de outras atividades como pavimentação de estradas e ruas visando fortalecer o fluxo turístico para a cidade.

Desse modo, é conclusivo o princípio de que toda cidade pode ser criativa, não importa o tamanho, a cultura, o perfil econômico ou qualquer outra variável nesse contexto. O importante é que, dentro de cada singularidade, seja identificado as potencialidades e utilizadas de modo a gerar desenvolvimento e bem estar para as pessoas. Conforme destaca Landry (2004), acerca de se observar o “caráter do lugar”.

O signifiante é que, a complexidade das metrópoles faz do trabalho desse tema um grande desafio nas cidades brasileiras. Por outro lado, é uma enorme oportunidade de desenvolvimento socioeconômico para as populações urbanas. Principalmente para os próximos 10 anos, com transformação do Brasil no grande centro esportivo do mundo, dado o advento da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016. O contexto se configura em excelentes oportunidades diretas, principalmente para doze cidades brasileiras que irão sediar a copa⁸. Poderão exercer sua criatividade para oferecer ao país infraestrutura e serviços públicos que se caracterizem por inovação, qualidade, empreendedorismo, sustentabilidade e engajamento cívico.

7 Histórico e desenvolvimento da cidade de Boa Vista

A formação da cidade de Boa Vista, observando o curso da história, está ligado a necessidades sociais e econômicas humanas, marcadas pela capacidade criativa de seus habitantes. Concorde Mankiw (2007), ao afirmar que as pessoas procuram maximizar o seu grau de bem estar social. É nesse processo interativo de trocas e investimentos que se localiza o desenvolvimento de Boa Vista, sobre o olhar das vocações e singularidades expressas historicamente.

Boa Vista, foi o primeiro povoado caracteristicamente urbano de Roraima, surgiu nos primórdios do século XIX, oriunda de povoados e fazendas que estabeleceram-se ao longo dos rios que compõe a bacia do Rio Branco. Com o intuito de garantir a integração geopolítica e econômica da região localizada no extremo norte do país, foi fundado o Forte São Joaquim construído entre 1775 a 1778, usando mão de obra indígena, conforme Barbosa (1993). Nesse período têm-se início, também, as atividades comerciais e econômicas, através da introdução do gado nos lavrados do Rio Branco. Destarte, a construção do forte e a introdução do gado como início das atividades comerciais foram determinantes para o povoamento e o desenvolvimento socioeconômico de Boa Vista.

Assim, à partir de iniciativas políticas, sociais e econômicas, em 9 de julho de 1890, foi criado o município de Boa Vista. Na época contava apenas 164 casas, com uma população estimada em 1.200 habitantes, formada por portugueses, brasileiros de outros Estados, indí-

⁸ O presidente da Fifa, Joseph Blatter, anunciou em Nassau, nas Bahamas, as 12 cidades brasileiras que irão receber os jogos da Copa do Mundo de 2014 (em ordem alfabética): Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Disponível em: <http://www.dgabc.com.br/News/5747475/fifa-anuncia-as-12-cidades-que-irao-sediar-a-copa-de-2014.aspx>. Acesso em 14 mai. 2010.

“ *Atualmente o que mais atrai imigrantes são os empregos gerados por concursos públicos, por parte dos brasileiros, e, comércio em geral por parte de guianenses, venezuelanos, bolivianos.* ”

genas, mestiços e negros vindos da República Cooperativa da Guiana. Verifica-se então, que a constituição urbana de Boa Vista remonta a um contexto multicultural que se estende historicamente desde o século XIX até os dias atuais.

Com base na riqueza multi e intercultural, social e econômica é que se pode descrever Boa Vista como uma cidade com tendência criativa, única em beleza e importância no Norte do Brasil. “Características próprias do lugar” que se expressam em potencialidades que após identificadas podem ser utilizadas para gerar emprego e renda, proporcionando um desenvolvimento socioeconômico sustentável (LANDRY, 2004).

Nesse sentido o contexto reflete elementos histórico-sociais e econômicos ligados ao processo de colonização do território de Roraima, pelos portugueses, com disputa de terras por ingleses, espanhóis e holandeses. Dado gerador de uma coexistência de contato entre os indígenas locais, importando traços culturais do não indígena nas famílias indígenas e vice-versa. Haja vista que, os indígenas constituem povos autóctones que habitam esta região desde tempos imemoriais (BAINES, 2007).

Por outro lado, o fenômeno da migração para Roraima se desvela a partir de fatos de ordem social e econômica, como: a seca nordestina de 1877, o declínio do apogeu da borracha (1910-1913), no Amazonas, a descoberta do garimpo na década de 1980 e o incentivo governamental para a colonização do território de Roraima. Nesse sentido, a busca de melhores alternativas econômicas de sobrevivência, estimulou um fluxo migratório para Roraima, com grupos originários, principalmente, do Maranhão, Ceará, e, sucessivamente, famílias inteiras de todo o Nordeste brasileiro, além da região Sul.

Atualmente o que mais atrai imigrantes são os empregos gerados por concursos públicos, por parte dos brasileiros, e, comércio em geral por parte de guianenses, venezuelanos, bolivianos. Essas pessoas trouxeram seus costumes, suas histórias, sua visão particular de mundo, marcando assim o desenvolvimento econômico, social e político de Boa Vista. Dados que se constitui num conjunto de potencialidades criativas capazes de elevar a qualidade de vida de forma sustentável, gerando riquezas e bem-estar social para a sociedade boavistense e de todo o Estado. Diante desse contexto, no conjunto de suas riquezas, a que se destaca com maior grau de importância é sua própria população. Ademais, Lerner (2009), observa que quanto maior a biodiversidade, maior a capacidade de abarcar a multiplicidade, mais humana e criativa a cidade pode se tornar.

8 Potencialidades criativas de Boa Vista e desenvolvimento socioeconômico.

Para fomentar a tendência econômica criativa de uma cidade, especialmente a nível de Brasil, autores como Reis (2007, p.143) e Hartley (2005), veem o patrimônio histórico-cultural como a principal potencialidade criativa que deve ser explorada. Com base nesse pressu-

posto, pode-se verificar que o patrimônio histórico-cultural de Boa Vista caracteriza-se como uma de suas principais potencialidades criativas capaz de gerar desenvolvimento socioeconômico. Como aborda Vogler (2009), o patrimônio histórico-cultural, apesar de ser histórico, transcende o passado e a própria produção, remetendo o homem e a natureza criativa humana para o futuro.

Diante do contexto conceitual, é mister destacar que a arquitetura de Boa Vista tem guardado em seu patrimônio, o estilo predominante da virada do século XX. Nesse sentido, como dispõe o Plano Diretor (*apud* BOA VISTA, 2006), o neoclássico que tentou reerguer com certo romantismo as formas romanas e gregas da antiguidade, predomina em contornos e umbrais das obras. Esses são dados presentes nas áreas mais antigas de Boa Vista e podem ser contemplados, em especial, no desenho arquitetônico de prédios e casas localizadas na região central da cidade que fica às margens do rio Branco, conhecido como Centro Histórico e Cultural de Boa Vista.

Nesse contexto destaca-se a Igreja Matriz de Nossa Senhora do Carmo como centro religioso e cultural, ao lado da *Orla Taumanã*, configura num espaço de convivência e lazer. Ainda no conjunto histórico-cultural das obras, com seu papel representativo e de valorização do lugar (LANDRY, 2004), destaca-se também outros prédios que hoje fazem parte desse patrimônio, constituindo-se em potencialidades socioeconômicas criativas.

Não obstante cabe destacar seu moderno plano urbanístico, presente na parte nova da cidade que expressa ainda mais sua jovialidade aberta à criatividade e a inovação. As avenidas largas, que convergem para o centro, num leque urbano planejado nos anos 30, pelo arquiteto Alexandre Dere-nusson, lembra a bela cidade de Paris. Nesse sentido, mesmo considerando o ressalto

econômico e cultural entre Paris e Boa Vista, vale alimentar a ideia de orientação potencial à criatividade para seu desenvolvimento urbano sustentável.

A fotografia abaixo expressa o caráter inovador da cidade, demonstrando parte de seu potencial criativo presente na cultural local, que se destaca através da arquitetura moderna com lindos monumentos, praças, prédios, avenidas, parques e centros culturais. Destarte, oferece uma infraestrutura de qualidade para o desenvolvimento socioeconômico, com potencialidades atrativas de talentos para a cidade e expressão tecnológica inovadora (FLORIDA 2005).



Foto 1 - Vista aérea do Centro de Boa Vista

Fonte: www.prefeituradeboavista.com.br

Entre outros pontos importantes que refletem esse potencial criativo, vale destacar ainda, no centro da cidade, o Complexo arquitetônico do Centro Cívico que abriga outros pontos turísticos importantes da cidade. Destaque vai também para o Monumento aos Garimpeiros erguido em homenagem ao grande período em que o garimpo movimentava a economia local, contribuindo para o crescimento multi e intercultural da cidade. Atualmente serve de ponto turístico cultural, presente nos cartões postais da cidade.

De grande importância na composição do conjunto está também as obras localizadas na praça do Centro Cívico, local muito usado para comemorações diversas. Ademais, a praça tornou-se espaço cativo e tradicional dos festejos juninos promovidos pela prefeitura e que a cada ano se configura como expressão artística e cultural da identidade boavistense, além de seu impacto econômico e social através da geração de emprego e renda, movimentando a economia local.

“

Outro espaço de grande expressividade criativa e cultural que tonifica a economia da cidade, a partir de eventos caracterizados pela indústria cultural de Boa Vista é o Parque Anauá.

”

Diante desse contexto orgânico e socioeconômico de Boa Vista, vale destacar ainda o Complexo Ayrton Senna, localizado no centro da cidade, ligado ao conjunto arquitetônico da Praça das Águas. Seus 3 km de quadras esportivas (tênis, vôlei, futebol de salão, *society* e basquete), pistas de *cooper*, *bicicross* e *kart*, quiosques, bares e restaurantes, tem representatividade importante na economia da cidade, além de expressar a interseção intercultural entre as pessoas, principal potencialidade criativa da cidade a ser explorada, demonstrando seu caráter tolerante (FLORIDA, 2005).

Outro espaço de grande expressividade criativa e cultural que tonifica a economia da cidade, a partir de eventos caracterizados pela indústria cultural de Boa Vista é o Parque Anauá. Desse modo, o parque é, de fato, mais um espaço de produzir cultura em Boa Vista. Nesse sentido, Laurence e Phillips (2009, p.8), “acrescentam a ideia de indústrias culturais múltiplas que compartilham a atividade comum de produzir cultura, mas que são diferenciáveis em aspectos relevantes” de grande amplitude econômi-

ca e social. Não obstante, é considerado o maior parque da Região Norte brasileira, possui um moderno espaço coberto para *shows*. Além da maior pista de *bicicross* da região Norte, pista de *kart*, anfiteatro, museu, parques infantis, parque aquático, espaço para aeromodelismo, lago, fontes e escolas. Está sempre sendo utilizado em mega eventos.

Na gastronomia roraimense é possível encontrar sabores próprio do lugar, além das demais regiões do Brasil e de outros países, principalmente de países fronteiriços. Roraima é fruto de uma miscigenação de várias raças e costumes, o que faz de sua gastronomia uma mistura de cultura e sabores nos cardápios. O tacacá, a maniçoba, o churrasco gaúcho, o vatapá baiano e o queijo mineiro são algumas das especialidades resultantes do interculturalismo de Boa Vista. Somada a tudo isso está a culinária indígena, dando um toque regional e especial à alimentação, que desperta o paladar devido seu exótico tempero, normalmente picante. Por outro lado, a partir da compreensão de Landry (2004) “sobre o *genius locci*”, pode-se entender a gastronomia de Boa Vista como sendo uma característica marcante na identificação de suas potencialidades econômicas criativas.

Roraima é o estado que, proporcionalmente, possui a maior população indígena distribuída em diversas etnias⁹. Segundo dados do IBGE (2010), o Estado de Roraima tem 49.637 habitantes indígenas 11,1% da população total do Estado, vivendo numa área de terras demarcada que cobrem 46,68% do território roraimense. Dados que reforçam a preocupação com políticas de geração de renda a partir de suas potencialidades criativas que se expressam, principalmente, no artesanato.

Reafirmando sua condição multi e intercultural, a partir de uma população miscigenada, Boa Vista possui uma produção artesanal diversificada e, portanto, riquís-

simas, com uma identidade caracteristicamente indígena. São confeccionadas peças artesanais com grande perfeição, criatividade e riqueza de detalhes que lhes proporcionam rendimentos econômicos. Dentre elas, pode-se destacar a cerâmica fabricada pelos indígenas Macuxis; os cintos de sementes de imbaúba, do povo Wai-wai; as peneiras de arumã, da tribo Yanomami; os trabalhos em madeira, palha e fibra e as esculturas em pedra sabão de outras etnias como Patamona, Wapichana e Ingarikó. O que não falta é criatividade na produção artesanal, conferindo uma qualidade singular que garante a genuinidade das obras e a impressão cultural típica dos povos indígenas de Roraima, além do impacto econômico na sociedade indígena e no mercado local em geral.

Todavia, segundo o Plano Diretor (*apud* BOA VISTA, 2006), mesmo contando com o maior contingente populacional multicultural do Estado e concentrando a maior parte das atividades econômicas, Boa Vista é caracterizada como uma cidade pobre, haja vista os graves problemas sociais existentes e as grandes desigualdades socioeconômicas entre sua população.

Entretanto, pode ser percebido em sua população um potencial criativo capaz de driblar as intempéries econômicas e sociais, como é o caso de dona Sandra Oliveira¹⁰, artesã que viu na dificuldade econômica a oportunidade para dar um novo direcionamento socioeconômico em sua vida. Ela buscou na criatividade alternativas econômicas para aumentar a renda familiar. Utilizando revistas velhas e sua mente criativa, desenvolveu, a partir de revistas velhas, uma modela-

gem de caixas para presentes, porta-joias e outros objetos, que tão logo descobertas pela população passou a ser a principal fonte de renda da família. Por isso como destaca Florida (2005) e Landry (2000), o patrimônio mais importante da cidade criativa são as pessoas que nela vivem.

O contexto dá relevância ainda a outras várias iniciativas criativas, a partir de idéias inovadoras existentes, desde o artesanato, a arte e outros seguimentos da produção econômica criativa. Segundo Trajano (2010), merecem destaques as bijoias, bolsas e outros produtos feitos a base de sementes regionais, a partir do uso de semente e fibras do buriti, planta nativa do lavrado roraimense, que constitui matéria prima abundante, empregada com manejo sustentável.

Contudo existem outras produções artesanais como em guardanapo e toalhas que são corriqueiramente comercializados nas praças, no centro comercial livre Caxambu, na região central da cidade que abriga inúmeras barracas de camelôs, assim como nas grandes Feiras Livres do Passarão, do Agricultor e no mercado central de Boa Vista. Nesse universo, esses espaços são considerados ambientes onde se pode identificar parte do potencial criativo da cidade, desde a estrutura arquitetônica inovada das construções até os utensílios comercializados, exercendo forte impacto na economia da cidade e em seu desenvolvimento social.

Por outro lado, dentre as festas religiosas, Boa Vista conta com a **Festa de São Sebastião, Festa de São Pedro, com procissão de barco no Rio Branco e terrestre saindo da Igreja Matriz para a Igreja de São Pedro, além do Círio de Boa Vista**

⁹ Segundo dados fornecido pelo Núcleo Histórico Socioambiental - NUHSA/UFRR, a população indígena do estado é composta por 11 etnias, que são: Wai Wai, Waimiri-Atroari, Yanomami, Yekuana, Macuxi, Patomona, Taurepang, Wapixana, Ingariko, Saporá e Maiongong.

¹⁰ Segundo reportagem publicada no jornal local Jornal Folha de Boa Vista, no dia 27 de maio de 2010. Disponível em: www.folhabv.com.br.

realizado no segundo domingo de outubro. O conjunto das produções culturais baseados numa economia da cultura, é composto pelo tradicional Carnaval de Rua, com coroação de Rainha e Rei Momo, o Foliavista, com blocos e alegorias. Ainda **eventos desportivos como o Torneio Internacional de Mountain Bike**. Merece destaque também os eventos comemorativos do **aniversário do município de Boa Vista**, com a famosa e tradicional corrida **9 de Julho**. Durante os dias de festa, convivem juntos: artesãos, comerciantes, vendedores ambulantes e trabalhadores indiretos.

Ainda na trilha das potencialidades criativas, se compreende o conjunto de eventos culturais de Boa Vista, destacando as festividades de quadrilhas nas festas juninas.

São eventos tradicionais que impactam positivamente a economia local, expressando a criatividade cultural e gerando emprego e renda para milhares de pessoas.

O destaque fica por conta das comidas típicas que expressam o caráter multicultural da cidade através da culinária diversificada. Há também apresentação de grupos folclóricos como o Boi Bumbá, expressão cultural própria da Região Amazônica que também habita o imaginário roraimense.



Figura 2 - Arraial do Parque Anauá

Fonte: www.prefeituradeboavista.com.br

Tudo isso se traduz por geração de emprego e renda e valorização dos artistas locais, como também expressam os festivais musicais. Entre eles destaca-se o Festival de Música de Roraima (FEMURR) e da Mostra de Música Canta Roraima. Enriquece, também, esse acervo musical o Festival de música Canto Forte e o Yamix, um evento artístico-cultural com uma grande variedade musical, teatral, dentre outros. Vale lembrar também aos amantes da música eletrônica, que o Festival *Space Pulse-Eletronic Music*, conta com a presença de atrações musicais regionais. O objetivo do evento é valorizar a música eletrônica produzida em Roraima. Acentos acolchoados, popularmente conhecidos como “pufes” fazem parte da composição

“
Concorda assim com o propósito da indústria cultural. Destarte, Jeffcutt (2009, p.47), ao tratar o tema, destaca seu papel na “geração de emprego qualificado e de alto valor agregado” aos bens culturais.”

”

de uma área de descanso, onde as pessoas podem relaxar e se sentirem à vontade, lembrando o Savassi Festival de Belo Horizonte, descrito como potencial criativo da cidade por Golgher (2009).

Quanto ao teatro como potencialidade de desenvolvimento socioeconômico, vale ressaltar que essa criatividade é bastante expressiva em Boa Vista do ponto de vista artístico-cultural (ALBUQUERQUE, 2006), fortalecida pela multiculturalidade que compõe a cidade. Existem vários grupos teatrais, dentre eles destaca-se Cia Locômbia e a Federação de Teatro de Roraima (FETEARR), criada em 2007, unindo sete grupos: Criart Teatral, Cia. Arteteatro, Cia. do Lavrado, grupo A Bruxa tá Solta, grupo Malandro e o Gato Reverbel. Segundo seus organizadores o objetivo é fortalecer a dramaturgia roraimense e ampliar as opções de cultura, lazer e renda da comunidade. Concorda assim com o propósito da indústria cultural. Destarte, Jeffcutt (2009, p.47), ao tratar o tema, destaca seu papel na “geração de emprego qualificado e de alto valor agregado” aos bens culturais.

Ainda, vale destacar o Museu Integrado de Roraima (MIRR) que está instalado dentro do Parque Anauá. Conta com um grande acervo permanente de objetos da cultura e material representativos dos grupos étnicos que habitam Roraima. São artefatos arqueológicos e objetos da história cultural referentes à ocupação colonizadora da região. São peças raras de valor histórico indefinido, a exemplo de um pilão de granito de mais de 4 mil anos, machadinhos e urnas funerárias. Além de amostras de insetos e plantas locais.

Ademais, as potencialidades criativas de Boa Vista como uma cidade do conhecimento, se expressam em indicadores como os apresentados pelo IBGE (2010), destacando que a população roraimense de universitários está em torno de 27 mil estudantes, o que representa 6,55% da população do Estado. Não obstante, Reis (2007) entende que a produção de serviços especializados e financeiros, impulsionados pelas tecnologias de informação e comunicação na produção de conhecimento e geração de um desenvolvimento socioeconômico sustentável, emerge como condição imprescindível ao propósito de tornar uma cidade criativa.

Destarte, os dados mostram que esse contexto tem mudado o perfil socioeconômico da capital e de todo o Estado, que dispõe de 14 instituições de ensino superior, todas com sede em Boa Vista, disponibilizando uma variedade de cursos ofertados. Como aborda o sociólogo Vicente de Paulo Joaquim, chefe do IBGE em Roraima¹¹, esta realidade representa uma tendência que vem influenciando no perfil da população do Estado nos últimos 10 anos. Ademais, entende que o simples fato de mais pessoas terem acesso ao ensino superior representa um ganho para a sociedade roraimense e de todo o país. Com essa análise, concorda com Oliveira (2009), ao descrever a cidade do Rio de Janeiro

como cidade de tendência criativa, destacando seu grande centro universitário na produção de conhecimentos e desenvolvimento de pesquisas.

9 Alguns delineamentos de ações para uma Boa Vista criativa

As ações para tornar uma cidade criativa, destacando Boa Vista, devem ser formuladas através de políticas criativas. Porém, conforme aborda Reis (2009), em conjunto com a comunidade em geral, permitindo a participação integral de atores públicos e privados na vida econômica da cidade. Por assim ser, diante do estudo realizado, é possível e imperativo apresentar algumas recomendações e delineamentos de ações, que poderão ser discutidas e implementadas com o fito de tornar Boa Vista uma cidade efetivamente criativa. No caso daquelas que já estejam sendo desenvolvidas, ter sua eficácia reforçada pelo poder público integrado ao privado. Nesse sentido, dentre outros, destaca-se como dados relevantes:

a) Promover políticas públicas criativas de desenvolvimento socioeconômico, a partir da criação de estatutos para fazer a cidade simpática, institucional, mais bonita e acolhedora, despertando o sentimento de proteção ao patrimônio histórico-cultural e o ambiente natural.

b) Desenvolver orientação voltada para o turismo cultural com vista no patrimônio cultural da cidade, como: gastronomia, lazer, histórico, diversidade e manifestações culturais;

c) Promoção, regeneração e conservação da infraestrutura urbana, em calçamentos, estacionamentos, sinalização, reformas de parques aquáticos, praças, parques, lojas

vazias e edifícios, na potencialização de incentivo à diversidade de atividades econômicas nesses espaços urbanos da cidade;

d) Organizar um Grupo de Trabalho para avaliar a governança cultural e a infraestrutura no setor cultural, como um levantamento do que está sendo gasto em cultura, e ajudar a desenvolver o *benchmarking* com outros municípios, utilizando meios alternativos para se comunicar com o público, especialmente empresas locais, grupos culturais, e fazer um estudo sistemático e específico de exemplos de outras cidades criativas;

e) Desenvolver uma área no Centro Comercial da cidade especializado em temas com produtos específicos da cultura indígena, sendo única e não em concorrência com grandes lojas, reforçando a transversalidade cultural;

f) Incentivar a criação e manutenção de grupos teatrais com exibição de conteúdos e significados culturais das tradições e lendas indígenas, em diversos locais, como escolas públicas, igrejas e faculdades, que além funcionar como espaço de receita econômica, acaba se tornando também um novo e rico espaço de mobilização coletiva e de visibilidade da criatividade desse povo;

g) Estimular ações culturais nas escolas com investimentos e promoção de sessões cinematográficas, teatros, visita de artistas como incentivo à criatividade, assim com instalar esculturas nas escolas e outros lugares públicos.

h) Promoção de grandes eventos culturais, festivais, grandes exposições e feiras livres de artes, tecnologia e *marketing* urbano;

Diante deste contexto, é relevante destacar que ao oferecer um marco abrangente na sistematização e

¹¹ Em entrevista ao Jornal local a Roraima Hoje, onde faz comentários acerca dos dados do IBGE/2010. Disponível em: < <http://www.roraimahoje.com.br/home/especial/7293-educacao-superior-avanca-em-roraima.html> >. Acesso em: 12 jan. 2010.

“ *Partindo de tais pressupostos, é importante a percepção de que as ideias, a criatividade e a cultura são essenciais para o desenvolvimento socioeconômico...* ”

implementação destas e outras ações voltadas à inovação criativa urbana, deve-se estar atento também à sua validade jurídica. Nesse sentido, construir uma Boa Vista criativa exigirá de seus *stakeholders*, conforme aborda Landry (2006), habilidades de negociar com os poderes públicos as políticas e medidas mais efetivas para garantir a sustentabilidade não só da diversidade cultural mas também do que se pode chamar de ecologia social, cultural e humana.

10 Conclusão

As discussões e debates acerca da proposta de desenvolvimento socioeconômico sustentável que orientam as cidades consideradas de tendência criativa, como apontam este estudo, na concepção de gestores criativos e estudiosos do tema, deve partir, sobretudo, de uma interseção positiva entre atores públicos e privados, em conjunto com toda a comunidade. Nesse sentido, é importante salientar que as metas e objetivos estabelecidos visem não apenas a eliminação das barreiras à criatividade inovadora urbana já existente, mas também que não permitam o surgimento de outras barreiras.

Com base nesse pressuposto, considera que para tornar Boa Vista uma cidade criativa, demanda não só um conjunto estratégico de ações, mas responsabilidade e seri-

idade na condução de políticas de regeneração urbana, capazes de estimular a produção cultural como fonte de desenvolvimento socioeconômico. Nesse contexto, destaca-se tanto a produção cultural como aquelas que geram significado simbólico, quanto aquelas que não fazem referência ao símbolo e envolve qualquer tipo de atividade criativa.

Partindo de tais pressupostos, é importante a percepção de que as ideias, a criatividade e a cultura são essenciais para o desenvolvimento socioeconômico na era da criatividade. Com base nessa proposição, os dados coletados nesta pesquisa científica consentem sintetizar conclusões e fazer inferências sobre as perspectivas de desenvolvimento socioeconômico para Boa Vista, a partir de seu potencial criativo, expresso em sua realidade multi e intercultural. Nesse sentido, investiga a necessidade de despertar o potencial criativo de todos os seus habitantes, assim como utilizá-lo na geração de bem estar social, a exemplo de outras cidades de tendência criativa descritas neste estudo, que souberam se reinventar economicamente.

Referências

AFONSO David. **Cidades Criativas. Criação de um cluster criativo na região Norte de Portugal**. 19 de novembro 2009. Disponível em: <C:\Users\usuario\Desktop\Cidades Criativas. Criação de um cluster criativo na região Norte de Portugal _ 5ª Cidade. htm>. Acesso em 30 abr. 2010.

AGENDA 2012. **Portal da Prefeitura de São Paulo**. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/abastecimento/comusan/agenda/index.php?p=8748>. Acesso em 20 abr. 2010.

ALBUQUERQUE, Luísa Arroz. **Cidades e Criatividade: o desafio das políticas culturais municipais**. 29 e 30 de Novembro de 2006.

BARBOSA, R. Imbrózio. **Ocupação Humana em Roraima I: do histórico colonial ao início do assentamento dirigido**. **Boletim do museu paraense Emílio Goeldi**. Belém, 1993. P. 123-144. (Série Antropológica)

BAINES, Stephen Grant. **Etnicidade e nacionalidade na fronteira Brasil-Guyana: os povos Macuxi e Wapichana entre os dois Estados nacionais**. UNB. Departamento de Antropologia. Projeto de Pesquisa, 2007.

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

CARVALHO, André. **O jazz mudou a vida de Guaramiranga**. Disponível em: <http://www.canalrh.com.br/revista/revista_artigo.=asp?o=%7BC25E9E3F-2AFA-4FF2-BABE-F1ABAC6B9DA9%7D>. Acesso em 20 jan. 2010.

CASTIONI, Remi. **Brasília: cidade criativa?** *Jornal da Imprensa*. Ano 17, edição nº 737. Disponível em: <<http://www.unb.br/noticias/unbagencia/artigo.php?id=226>>. Acesso em 12 mai. 2010.

CAVALCANTI, Luiz Otávio. **Cidades criativas**. Disponível em: <http://asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?canal=36&cod=7556902&indice=110>>. Acesso em 12 fev. 2010.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextane, 2000.

EWEN, S. **All consuming images: The politics of style in contemporary culture**. New York: Basic Books, 1988.

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

FIFA (Federação Internacional de futebol e Atletismo). **Fifa anuncia as 12 cidades que irão sediar a Copa de 2014.** Disponível em: < <http://www.dgabc.com.br/News/5747475/fifa-anuncia-as-12-cidades-que-irao-sediar-a-copa-de-2014.aspx>>. Acesso em 14 mai. 2010.

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

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

GOLGHER, André Braz. **As cidades e a classe criativa no Brasil (2009).** Disponível em:<<http://www.cidadescriativas.org.br/AsCidadeseClasseCriativanoBrasil.pdf>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

HANSON, Dennis; GOMES, Maria Helena T. da Silva. **Indústrias criativas e sua relação com a propriedade intelectual.** (s. d). 1 CD-ROM. Word for Windows 7.0.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 12 jan. 2010.

JEFFCULTT, Paul. O ecossistema das Indústrias Criativas. In: WOOR JR, Thomaz *et al* (orgs). **Indústrias Criativas no Brasil.** São Paulo: Atlas, 2009.

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

LANDRY, Charles. **The Creative city, a toolkit for urban innovators.** London: Earthscan Publications Ltd, 2004.

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

[of_the_Creative_City.pdf](#)>. Acesso em: 20 fev. 2010.

LAURENCE, Thomas B; PHILLIPS, Nelson. Compreendendo as Indústrias Culturais. In: WOOR JR, Thomaz *et al* (orgs). **Indústrias criativas no Brasil.** São Paulo: Atlas, 2009.

LERNER, Jaime. Every city can be a creative city. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAJEYAMA, Peter (Orgs). **Creative cities: perspectives.** São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2009. Disponível em: <<http://www.barcelonamedia.org/files/459.pdf>>. Acesso em 15 mar. 2010.

MASCARELL, Ferran. **Creative policies in Barcelona.** Institut de Cultura, Ajuntament de Barcelona, Barcelona: Gedisa, 2006.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução à economia.** Tradução Allan Vidigal Hasting. São Paulo:Thopsom Leaerning. 2007. p 484.

MAGNO, Carlos. **Primeira oficina de diagnóstico PDTIS envolve 12 cidades.** Disponível em:< <http://secom.to.gov.br/noticia/primeira-oficina-de-diagnostico-pdtis-envolve-12-cidades/24021>>. Acesso em: 12 mai. 2010.

MENDONÇA, Albani. **Artesanato indígena de Roraima para o IV Salão de Turismo em São Paulo.** ARN- Agência Roraimense de notícia. 24-Jun-2009 Disponível em:< http://www.portal.rr.gov.br/arn/index.php?option=com_content&task=view&id=3027&Itemid=53>. Acesso em 14 mai 2010.

OLIVEIRA, Elialdo R. La sostenibilidad económica y el empleo: lucha contra la violencia urbana en Río de Janeiro. In: DI MARCO, Luís Eugênio (org). **Doctrinas y estrategias desde el humanismo econômico.** Los “Planes Esperanza” en la América india. Córdoba: Ediciones CIEC, 2009.

PIRES, Anita. **Cidade criativa (2009).** Disponível em: <http://floripamanha.org/vbf/?page_id=8>. Acesso em 14 fev. 2010.

>. Acesso em 14 fev. 2010.

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

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

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

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

TRAJANO, Andrezza. Artesãos usam a floresta e o lavrado para confeccionar peças sustentáveis. **Folha de Boa Vista,** Boa Vista, 14 abr. 2010. Folha Cidade, p. 11.

WERTHEIN, J.; CUNHA, C. **Investimentos em educação, ciência e tecnologia: o que pensam os economistas.** Brasília: UNESCO Brasil, Ministério da Educação, Instituto Sangari, 2004.

VOGLER, Hugo José. El potencial de desarrollo Del turismo histórico-cultural en Córdoba. In: DI MARCO, Luís Eugênio (org). **Doctrinas y estrategias desde el humanismo econômico.** Los “Planes Esperanza” en la América india. Córdoba: Ediciones CIEC, 2009.