

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
GESTÃO PÚBLICA

Guilherme José Vidal Evangelista

ECONOMIA CRIATIVA E INOVAÇÃO URBANA: Belo
Horizonte e a rede de cidades criativas da UNESCO

Belo Horizonte

2019

GUILHERME JOSÉ VIDAL EVANGELISTA

ECONOMIA CRIATIVA E INOVAÇÃO URBANA: Belo Horizonte e a rede de cidades criativas da UNESCO

Monografia apresentada à Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Gestão Pública.

Orientadora: Prof^ª Dra. Geralda Luiza de Miranda (UFMG).

Belo Horizonte

2019

Aos meus pais e à Jéssica: conforto, apoio e pilares dessa jornada.

AGRADECIMENTOS

A Deus, razão do conforto, perseverança e fé de uma caminhada.

Aos meus pais, Ângela e Magno, sustentação, amor e dedicação inigualáveis de uma vida.

À Jéssica, parceira eterna, amor de uma vida e fonte de companheirismo, carinho e sentimento insuperáveis.

A toda a minha família em destaque os irmãos, Felipe e Matheus, e as raízes de meus avós Manoel, Nisa e Lizeth a quem representam as sobrinhas, tios, tias, primos e primas nessa relação de partilha e bons sentimentos. Também a família da Jéssica que se tornou meu novo e ampliado lar.

Aos amigos que fazem a vida mais leve, alegre e valer a pena, os de Congonhas ou Belo Horizonte, especialmente a quem compartilhei uma rotina de vida nas repúblicas, escolas e faculdade. Destaco os “Netos do Velho Barreiro”: Gabriel, Stefano e Anselmo, parceiros que a Gestão Pública me presenteou.

Aos professores da UFMG que passaram por essa jornada, a minha gratidão pela dedicação, empenho e comprometimento, especialmente em tempos difíceis para a educação e ensino superior. Agradeço de modo singular e representativo à Professora Geralda Miranda pelos nossos encontros e ensinamentos durante a graduação.

Agradeço à UFMG enquanto instituição de ensino de qualidade público, diverso, tolerante e gratuito.

Por fim, antecipo minhas desculpas a todos os outros que foram importantes nessa trajetória e não nomeiei neste texto. Em nossos encontros ainda terei a oportunidade de exercer pessoalmente essa gratidão. Agora, um novo caminho se abre e com ele a responsabilidade de fazer uma Gestão Pública séria, honesta e acima de tudo, que lute contra desigualdades e injustiças. Agradeço ainda a todo o caminho e coisas que fizeram dessa jornada mais suave e que valha um resultado final positivo. É como diz um samba famoso: “ninguém vai poder atrasar quem nasceu pra vencer”.

“...e sonhos não envelhecem...”

Milton Nascimento – Lô Borges – Márcio Borges

RESUMO

O trabalho busca entender o funcionamento da Rede Cidades Criativas coordenadas pela UNESCO sob a perspectiva da candidatura da cidade de Belo Horizonte no ano de 2019. Para isso, busca embasamento teórico em dois eixos: no debate sobre a importância do mecanismo da rede dentro do modelo de administração de governança pública, tendo-se por referência outros modelos de administração, combinando ainda questões de inovação e gestão urbana; no segundo eixo, a discussão sobre Economia Criativa e a construção do conceito de Cidades Criativas. O argumento reside nos bons efeitos da administração em rede e do fortalecimento da Economia Criativa na gestão pública. A estrutura do trabalho está pontuada em três capítulos: o primeiro situa a discussão nos modelos de administração pública, o segundo enfoca a questão da Economia Criativa, e o último apresenta os contornos da candidatura, desafios e possibilidades colocados pela inserção de Belo Horizonte na Rede de Cidades Criativas da Unesco.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Criativa, Inovação, Gestão Urbana, Redes, Administração Pública.

ABSTRACT

The paper seeks to understand the operation of the Creative Cities Network coordinated by UNESCO from the perspective of candidacy of the city of Belo Horizonte in 2019. To do so, research the theoretical basis in two axes: no debate on the importance of the mechanism of the network within the model public administration of governance, with reference to other models of administration, also combining innovation and urban management. In the second axis, a discussion on Creative Economy and construction of the concept of Creative Cities. The argument lies in the good effects of network administration and the strengthening of the Creative Economy in public management. The structure of the work is punctuated in three chapters: the first situation in the discussion on models of public administration, the second focuses on the issue of Creative Economy, and the last one presents the contours of the candidacy, the challenges and the variations applied by the insertion of Belo Horizonte on the UNESCO Creative Cities Network.

KEYWORDS: Network, Innovation, Urbanism, Creativity Economy, Government

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abrasel	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
Belotur	Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
DASP	Departamento Administrativo do Serviço Público
Embratur	Instituto Brasileiro de Turismo
Fecomercio	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
FIEMG	Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
FIFA	Federação Internacional de Futebol Associação
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
ICCA	Associação de Congressos e Convenções Internacionais
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ONU	Organização das Nações Unidas
PBH	Prefeitura de Belo Horizonte
PIB	Produto Interno Bruto
PMMG	Polícia Militar de Minas Gerais
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Senac	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Unesco	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	Grupos e Subgrupos da Economia Criativa.....	29
FIGURA 2	Abrangência da Economia Criativa.....	29
FIGURA 3	Localização das participantes da Rede de Cidades Criativas Unesco.....	38
FIGURA 4	Formulário de Candidatura Rede de Cidades Criativas.....	41
GRÁFICO 1	Participação da Economia Criativa no PIB do Brasil.....	32
GRÁFICO 2	Diferença salarial entre o setor de Economia Criativa e os demais setores do mercado de trabalho brasileiro.....	33

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	12
1	MODELOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E A INOVAÇÃO NA GESTÃO DE CIDADES.....	15
1.1	Modelos de administração pública e a gestão em rede.....	16
1.1.1	<i>O modelo burocrático de administração pública.....</i>	16
1.1.2	<i>O modelo gerencialista de administração pública.....</i>	16
1.1.3	<i>O modelo de governança pública e a gestão em rede.....</i>	19
1.2	Gestão urbana e inovação na perspectiva da governança pública.....	22
1.2.1	<i>Gestão urbana e inovação.....</i>	25
1.3	Considerações finais.....	27
2	ECONOMIA CRIATIVA: INOVAÇÃO NA GESTÃO DE CIDADES.....	28
2.1	Economia Criativa: configuração e evolução histórica.....	28
2.2	Economia Criativa no Brasil e os incentivos ao setor no Estado de Minas Gerais.....	31
2.3	A Economia Criativa na gestão das cidades.....	34
2.4	Cidades Criativas: uma nova estratégia de desenvolvimento.....	36
2.5	A Rede de Cidades Criativas da UNESCO.....	38
2.6	Considerações finais.....	42
3	A CIDADE DE BELO HORIZONTE E A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO.....	43
3.1	A contextualização de Belo Horizonte na questão urbana.....	44
3.2	Belo Horizonte e as questões de turismo e inovação.....	45

3.3	O processo de candidatura de Belo Horizonte ao programa da Unesco.....	48
3.4	A cultura da gastronomia em Belo Horizonte.....	50
3.5	O papel social e econômico da candidatura.....	53
3.6	Resultado da candidatura e metas da Cidade Criativa.....	55
4	CONCLUSÃO.....	59
	REFERÊNCIAS.....	61

INTRODUÇÃO

O alcance de uma gestão pública que promova bons resultados para o cidadão ao mesmo tempo se que coloca como eficaz e eficiente em seu desenvolvimento deve ser a direção de todos os atores que se envolvam na área. Para isso, é imprescindível que haja uma compreensão dos métodos, teorias e ações desenvolvidas tanto no âmbito dos órgãos públicos quanto na academia. Nesse sentido, a modernização do Estado com a inserção de novas tecnologias e processos de inovação parecem ser caminhos necessários de geração dos bons resultados. Ao mesmo tempo, entender que a profissionalização da gestão pública não pode acarretar o distanciamento de seus princípios gerais, especialmente na provisão de serviços ao cidadão e na redução da desigualdade, tem que haver um posicionamento firme no âmbito da prática e da produção do conhecimento. No perene e fundamental contato do setor público com outras áreas de formação, têm-se a introdução de novos métodos e processos que não ensejam necessariamente os mesmos objetivos, fazendo disso um ponto de atenção. Este trabalho aposta que o intercâmbio de ideias, ressalvadas as questões apontadas, principalmente no que se refere a explicar novos métodos de gestão, podem trazer melhores resultados para a administração pública.

Contudo, a percepção da modernidade de metodologias de inovação não pode implicar o afastamento de compreensão de uma teoria geral ou de modelos clássicos do setor. Por isso, este trabalho começa situando o debate de inovações na gestão pública em uma perspectiva mais ampla, especificamente os modelos de administração pública. Falar deste ramo da administração – a inovação - sem o entendimento do que seja a burocracia, o gerencialismo e a governança pública não parece ser uma tarefa que alcance uma completude.

Com base na análise dos três modelos de administração pública, argumenta-se que a governança pública é o modelo que apresenta melhor combinação de bons resultados na inovação de políticas públicas com a manutenção de princípios democráticos de gestão. Na perspectiva da gestão das cidades, objeto do presente trabalho, o argumento se desenvolve em dois eixos: por um lado, busca-se entender a funcionalidade de uma rede de gestores, um dos pilares do modelo governança pública, e, por outro, a imposição da

economia criativa como boa possibilidade de desenvolvimento da inovação na gestão urbana.

Na discussão sobre a economia criativa, são detalhadas as perspectivas e situação atual do modelo, bem como as previsões positivas desse ramo da economia como propulsor do desenvolvimento social atual. Na combinação deste item com a gestão urbana, temos a criação de um modelo denominado “Cidade Criativa”, essencialmente ligado à economia criativa, ou seja, uma cidade onde se cria um bom ambiente para inclusão dessa temática. É possível argumentar ainda que esse modelo de Cidade Criativa está intimamente ligado ao fortalecimento da busca de bons resultados em outras questões urbanas, como a sustentabilidade e inteligência.

O encontro dos dois eixos – rede de gestores e economia criativa – dá-se na formulação de uma rede coordenada pela Organização das Nações Unidas – ONU, com surgimento no ano de 2004. Nessa rede, há a coordenação desse organismo internacional na promoção da criatividade como item importante na gestão das cidades, conferindo selos de Cidades Criativas às candidaturas aprovadas dentro do processo de seleção. O programa se estrutura em sete setores em que devem ser promovida a criatividade, que são: gastronomia, cinema, música, design, artesanato e artes folclóricas, arte mídia e literatura. A possibilidade de participação na rede fortalece o papel das cidades na área da economia criativa, assim como induz a cooperação e troca de conhecimentos entre administrações municipais ao redor do mundo, possibilitando o compartilhamento de boas ações de gestão e fomentando um calendário de eventos que movimentam a economia e as áreas de conhecimento do tema.

Como maneira de melhorar a compreensão e subsidiar maior qualidade ao debate, o trabalho exemplifica a questão da formação de Cidade Criativa com a candidatura de Belo Horizonte ao programa, no ano de 2019. Na apresentação desse exemplo, são retomados os conceitos trabalhados ao longo da argumentação, como a inovação e gestão urbana e, especificamente, o papel do setor gastronômico no projeto.

Com isso, sem abrir demasiadamente a pretensão, o trabalho busca dar condições de entender positivamente os aspectos de rede, inovação urbana e economia criativa como catalisadores de um momento atual e futuro da administração pública. Espera-se que o esforço aqui empreendido contribua para estimular os gestores de cidades a se debruçarem com maior afinco sobre a questão, assim como para demonstrar que a

gestão em rede mostra-se capaz de contornar diversas dificuldades que os entes públicos podem encontrar na dinâmica de decisões que teriam que tomar sozinhos, especialmente no ambiente de gestão urbana, nas quais a rede aumenta as possibilidades de atuação.

O trabalho apresentará em uma construção teórica onde consta na primeira parte uma discussão tradicional da área sobre modelos da administração pública. A partir disso, e da aproximação com o modelo de governança, se desenhará ainda a relação deste com as questões de administração em rede e gestão urbana. Por conseguinte, o segundo capítulo aborda a questão da economia criativa demonstrando sua importância na sociedade atual e na implementação de políticas públicas. Como o foco reside em questões urbanas, a discussão aborda a economia criativa sob a ótica das cidades criativas e a partir daí ocorre a descrição da Rede de Cidades Criativas da Unesco. Por fim, como forma de trazer uma visão mais detalhada do assunto, o terceiro capítulo aborda a construção da candidatura de Belo Horizonte para participar da Rede de Cidades Criativas da Unesco e a importância desse processo dentro da cidade. As conclusões posteriores encerram o trabalho trazendo perspectivas de contribuição que toda essa discussão pode trazer para a gestão pública e o conhecimento da área como um todo.

1. MODELOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E A INOVAÇÃO NA GESTÃO DE CIDADES

Ao longo da administração pública, entendida como um campo com natureza própria, características e significados que a distinguem de outras áreas, por exemplo, a administração de empresas, pode ser distinguida em alguns modelos, sendo classicamente definidos como o burocrático, o gerencial e o de governança pública (SECCHI, 2009). Nesse sentido, a elaboração de reflexões e proposições sobre a matéria não pode prescindir da inserção dessa conclusão sobre alguns desses modelos citados anteriormente. É igualmente necessário entender que a administração pública também dialoga com outras ciências, como o Direito, a Sociologia, a Ciência Política e, mais especificamente neste trabalho, com o Urbanismo, a Tecnologia, a Economia e a Cultura.

Cabe destacar, inicialmente, que os quatro modelos de administração pública, em perspectiva temporal não implicam, necessariamente, a superação de um modelo por outro, podendo persistir em uma mesma situação, características gerais de um modelo maior e, em uma perspectiva pormenorizada, outras características pertencentes a um distinto modelo. Normalmente, o surgimento de um novo modelo está associado a uma perspectiva reformista do Estado, que oficialmente passa a adotar novas padronizações e diretrizes de implementação das políticas que o caracterizam como inovador.

Embora, a princípio, tenha-se ressaltado o caráter inerente da administração pública enquanto um ramo da administração, é preciso perceber que esta distinção não implica falta de convergência e interação desta com outros ramos do conhecimento. Por isso, algumas das mudanças de modelo da administração pública ao longo da história estão ligadas ao acesso de metodologias típicas da administração empresarial e à sua consequente migração para a gestão pública. Essas mudanças são mais facilmente identificadas nos modelos mais contemporâneos da administração pública, nos quais o limiar da diferenciação com o setor privado ou mesmo a inspiração das sistematizações deste último se mostram com vigor nas rotinas da administração pública.

Esses argumentos ficam mais claros ao se destacarem as características de cada um dos modelos, tema da primeira seção deste capítulo. Na segunda seção, o foco da discussão é colocado sobre as possibilidades abertas pelo modelo de governança para a gestão de cidades, em especial, seu potencial para a formação de rede de políticas. Por fim, na terceira seção a discussão se dará na perspectiva da relação entre a governança pública e a necessidade de inclusão da inovação como fundamental dentro do seu papel de gestão.

1.1. Modelos de administração pública e a gestão em rede

Nesta seção, são discutidos os conceitos de administração pública burocrática, gerencialista e o modelo de relação do Estado com a sociedade, denominado por Sechhi (2009) governança pública, destacando-se as possibilidades abertas por esta para a gestão em rede.

1.1.1 O modelo burocrático de administração pública

O modelo burocrático é tido como o modelo clássico da administração pública, enquanto um sistema próprio, que tem seus procedimentos caracterizados pelo sociólogo alemão Max Weber. Esse modelo passou a ser percebido dentro das administrações a partir do século XVI, mas encontra-se difundido de modo mais amplo nas organizações do século XX em diante. O modelo burocrático tem como cerne de sua existência o rompimento da percepção do poder central com autoridades tradicionais ou carismáticas, conforme argumenta Weber, e passa a ser baseado em uma autoridade racional, que ditará os procedimentos a partir das normas e instituições legais. A burocracia surge então em um momento de superação de uma administração tipicamente patrimonialista, na qual a separação entre o patrimônio público e o privado era inexistente, modelo típico das monarquias absolutistas, que ensejava características indesejadas de nepotismo, corrupção e ineficiência. São dois os movimentos intrinsecamente ligados ao surgimento da burocracia: o capitalismo e a democracia como um sistema de governo. Alguns estudos, como o de Sechhi (2009), indicam três características principais do modelo burocrático, que são: a formalidade, a

impessoalidade e o profissionalismo. Dessas três, é possível ainda inferir outros mecanismos de funcionamento desse modelo, sobre os quais se debruçam uma quantidade grande de interpretações.

A teoria ainda aponta o papel central da diferenciação entre o planejamento e execução, típico do modelo burocrático, no qual há claramente um papel definido para a atividade política e outro para uma rotina eminentemente técnica, à qual cabe a execução das definições tomadas no campo da política. Este é um conceito que ainda se encontra com bastante difusão na administração pública atual, e um debate que aparece com frequência nas escolhas políticas e eleitorais, que sugerem que a ineficiência do setor público em prestar serviços de qualidade reside na falta de presteza e organização do planejamento e execução dessas atividades que estão rotineiramente nas mãos de ocupantes de cargos sem a devida qualificação para o mesmo. Esta separação entre planejamento e execução tem o mesmo teor da proposta da burocracia de superação do modelo patrimonialista.

Entretanto, argumenta-se que a burocracia se mostra problemática na mesma medida das qualidades de suas características principais, ou seja, se a essência da burocracia enquanto modelo for potencializar seus atributos de formalidade, impessoalidade e profissionalismo, essa essência acarretaria problemas de funcionamento na administração e dificultaria o alcance de resultados eficazes. Essa problemática é vista pelo sociólogo americano Robert Merton como uma disfunção burocrática, e as tentativas de superação do problema dar-se-ia ou no crescimento da democracia dentro da administração, o que pode acarretar afastamento de sua essência, ou no surgimento de um novo modelo com outras estruturas.

Embora seja necessário esse entendimento das dificuldades e problemas do modelo burocrático, a percepção que dele se possui ao longo da evolução da administração pública é de centralidade, não parecendo ser possível se abdicar de entender a burocracia no funcionamento da administração do Estado moderno. Dessa forma, todo o debate que aqui se estabelece sobre a formação de redes na administração, bem como dos aspectos de inovação na gestão urbana, exigirá entender qual a posição da burocracia na execução das políticas, a quem cabe tomar decisões, planejar as ações, e, por fim, quais são os mecanismos burocráticos de impedimento de uma gestão patrimonialista e sem comprovação de resultados.

1.1.2 O modelo gerencialista de administração pública

O modelo de administração pública gerencialista deriva de uma intenção de agregar valores de eficiência, eficácia e competitividade aos resultados das ações implementadas pela gestão pública. O gerencialismo aparece, no caso brasileiro, ao longo de alguns momentos pontuais da história política do país, especialmente de reformas administrativas, como no caso da criação da autarquia do DASP – Departamento Administrativo do Serviço Público, em 1939; no Decreto-Lei 200, de 1967, no Programa Nacional de Desburocratização, de 1979 e, com maior centralidade, na reforma administrativa de 1995, denominada Reforma Bresser.

Pretendendo superar as dificuldades atribuídas ao modelo burocrático de administração, o gerencialismo propõe novas estratégias que abarcam descentralização do ponto de vista político, descentralização administrativa, diminuição de níveis hierárquicos, pressupostos de confiança, controle por resultados e atendimento voltado ao cidadão (BRESSER-PEREIRA, 1996). Na literatura internacional, Hood (1995) enumera algumas outras características do gerencialismo, como a desagregação do serviço em unidades especializadas, competição com entidades de caráter privado, autonomia de decisão para administradores e avaliação de desempenho.

É preciso perceber que a administração pública gerencialista não se impõe como uma ruptura completa com o modelo anterior, o burocrático, conservando algumas das ideias contidas neste, especialmente aquelas que contrastavam mais fortemente com o modelo patrimonialista, fazendo com que não seja possível falar de um modelo que supera o outro e sim de um modelo que complementa o anterior. Do mesmo modo, o gerencialismo parte de uma inspiração muito clara dos métodos administrativos mais fortemente encontrados no setor privado, entendendo que essa era a maneira por meio das quais este alcançava bons resultados.

Sechhi (2009) argumenta que o modelo de administração pública gerencialista é constituído pelo modelo gerencial e o modelo de governo empreendedor, que surgiram no cenário mundial dos últimos anos do século XXI. Ainda segundo o autor, esses dois modelos se parecem quando se interseccionam no desenho de produtividade, descentralização e eficiência na prestação dos serviços.

Contudo, o chamado governo empreendedor caminha em um sentido mais propositivo e sucinto de gestão (OSBORNE e GLAEBER, 1992), definida na implementação da administração Clinton-Gore, que buscava o alcance de resultados eficazes e racionais através de denominados dez mandamentos em que o governo deveria se orientar: governo catalisador, pertencente a comunidade, competitivo, orientado por missões, de resultados, orientado ao cliente, empreendedor, preventivo e descentralizado.

Por conseguinte, esse processo de evolução dos modelos de administração, passando do clássico burocrático ao gerencialista, traz cada vez melhores condições de realização dos resultados pretendidos. A adoção de recursos de rotina administrativa baseado na experiência da administração privada conduziu à superação de dificuldades das quais o modelo anterior não conseguia por si só se livrar. Porém, é preciso entender que somente a adoção de expedientes que geram sucesso no âmbito privado não ensejam resultados positivos na gestão pública, pois esta tem objetivos específicos, desvinculados da busca do lucro, e está sujeita a condições do ordenamento legal distintas.

1.1.3 O modelo de governança pública e a gestão em rede

Ainda entendendo os modelos de administração pública em uma perspectiva histórica, em que há evolução e adaptação e não supressão de um modelo anterior, temos o aparecimento de um modelo denominado de governança, que tenta garantir a eliminação do patrimonialismo tal como encontrado no burocrático, o alcance de resultados, preconizado pelo gerencialismo, e, como característica própria, a garantia de aspectos democráticos. O próprio conceito de governança aparece no setor privado de modo diverso, assumindo uma condição de processos e observações legais, aos quais determinada empresa está submetida. Na administração pública, todavia, o conceito de governança é derivado da Ciência Política, significando “modelo horizontal de relação entre atores públicos e privados no processo de elaboração de políticas públicas” (SECCHI, 2009, p 358).

Destarte, a governança pública é um modelo que busca a qualidade dos resultados e a observância das regras que regem o Estado de Direito, mas que busca potencializar a questão da administração pública enquanto um exemplo do Estado voltado ao cidadão, o que lhe exige democratizar-se o máximo possível. Da mesma maneira, o modelo de

governança preconiza que a horizontalização de decisões é o caminho mais propício para o alcance efeitos positivos para a gestão. Segundo Brugué e Vallès (2005):

A governança (...) não é mais baseada na autoridade central ou políticos eleitos (modelo da hierarquia) e nem passagem de responsabilidade para o setor privado (modelo de mercado), mas sim regula e aloca recursos coletivos por meio de relações com a população e com outros níveis de governo (BRUGUÉ, VALLES, 2005, p. 198)

A análise precedente mostra o caráter constante de adaptação e formulação de novos modos de administração para encarar as demandas da sociedade na gestão pública. Dentro do entendimento da análise de políticas públicas, e, especialmente de uma administração voltada para resultados, têm-se a gestão pública abarcando novos métodos e maneiras de funcionamento. Nesse sentido, uma nova estratégia de gestão das políticas tem sido a rede, em que diversos atores que individualmente teriam pouca capacidade de resolução, mobilizam-se e criam conexões em que cooperação e competitividade coexistem e propiciam maiores atributos e resultados aos entes envolvidos. A rede de políticas, em sua relação com o modelo de administração pública da governança, é definida na seguinte maneira:

As redes de políticas públicas (policy networks) representam outra forma específica de interação entre atores públicos e privados (Börzel, 1998). A participação nas redes de políticas públicas é aberta a qualquer interessado e tal tipo de arena produz baixa externalidade negativa ao ambiente externo (SECCHI, 2009, p. 361).

O entendimento de rede apresenta diversidade de interpretações, especialmente sociológicas, sentido assegurado pelo fluxo cada vez maior e mais rápido de comunicação, pelas inovações tecnológicas e uma economia e sociedade cada vez mais globalizada. Certamente, a estruturação de sociedade em rede tem raízes nas mais remotas verificações de agrupamento da espécie humana, mas é igualmente certo que o modo estabelecido na contemporaneidade é de uma sociedade globalmente conectada em rede tal como não antes verificado na história. Retomando a discussão de rede na gestão pública, isto é, rede de políticas públicas, é interessante a percepção de como

esse formato pode facilitar a resolução de problemas de complexidade maior, perante os quais um único ente isoladamente teria intensas dificuldades.

Cabe destacar que políticas públicas formuladas e implementadas em rede podem sofrer alguns percalços, prejudicando, eventualmente, a qualidade democrática de suas decisões, a autonomia de entes independentes, a velocidade de decisão e processos de monitoramento e avaliação das políticas, dentre outros. Isso se dá, principalmente, na estrutura em que se estabelece a rede, ou seja, se esta é hierarquizada, neste caso importando quem ocupa os papéis centrais de decisão e por que a eles são delegadas esse tipo de posição, ou se ela é horizontalizada. Importa também como os conflitos são arbitrados. Sendo assim, é preciso cuidado especial para que o planejamento e implementação de uma política em rede não resultem em paralisia decisória ou insatisfação democrática, em virtude de como as decisões são tomadas e implementadas.

Alguns desenhos de gestão em rede são amplamente conhecidos em diversas políticas, principalmente aquelas que se referem a consórcios, associações e confederações, comumente encontradas em diversos casos brasileiros. Mesmo a estruturação do Estado brasileiro em forma de federalismo faz com que os diversos entes necessitem se associar para terem melhores definições de metas e objetivos, bem como condições suficientes para financiamento de seus projetos.

Neste trabalho, em razão da natureza de especificidade de gestão urbana, logicamente se debruçará sobre formações de redes em nível de municípios, dado que são esses os entes encarregados de implementar projetos dessa natureza, restando aos estados e à União o papel de coordenação e definição das normas e diretrizes a eles relacionadas. Entretanto, mesmo que políticas públicas urbanas exijam empenho e participação maior e fundamental das administrações municipais, o que se verifica comumente é que, na formação de redes de políticas públicas urbanas, os outros níveis de governo podem exercer papel importante de moderação nos aspectos problemáticos que podem surgir no processo.

Do mesmo modo, o urbanismo e a gestão urbana se estabelecem cada vez mais como políticas de atuação global, respeitando as especificidades de cada local, mas tendo uma linha condutora de resultados que pode funcionar em várias localidades ao redor do mundo. Nesse aspecto, estados e União não conseguem mais ocupar o papel de

coordenação, cabendo a entidades de presença internacional essa tarefa. Dessa forma, encontramos cada vez mais políticas públicas urbanas desenhadas e mantidas por entidades como a ONU e a sua subsidiária UNESCO, bancos de desenvolvimento, como o BID e Banco Mundial, ou mesmo entidades particulares e do terceiro setor que atuam internacionalmente nessas questões. No aspecto da gestão urbana, o papel de entes privados e atores sociais têm ganhado cada vez maior predominância nos debates estabelecidos acerca do tema. Nesse sentido, organicamente, vão estabelecendo redes independentes do setor público e desenhando intervenções que aos poucos se naturalizam dentro da cidade e fazem com que a administração municipal naturalmente também tenha que participar do processo. Essas redes particulares de gestão se dão de maneira ainda mais fácil de organização, dado que não são submetidas a regramentos institucionais e burocráticos de formação. Da mesma maneira, ou mesmo por essa limitação institucional, têm também reduzindo seu arco de intervenção possível, dado que há necessidade de observância da legislação para que os projetos possam tomar a forma recomendada.

1.2 Gestão urbana e inovação na perspectiva da governança pública

Entre os três modelos da administração pública, têm-se o de governança pública como aquele em que mais se aproxima de aspectos modernos relacionados à gestão de cidades. Neste trabalho, trataremos da aplicação desse modelo à administração conduzida por um ente municipal nas políticas urbanas, destacando a forma como este ente se relaciona com outros parceiros em uma rede pautada pelo mesmo tipo de política.

A tentativa parte do entendimento sobre a necessidade de ampliação dos horizontes da gestão pública. Tal como relatado anteriormente, esta área implica a confluência de uma série de Ciências. Contudo, nessa seara, é possível e necessária a inclusão também da gestão urbana, especialmente no âmbito da administração pública municipal. Cabe aqui caracterizar a política urbana como uma ação governamental voltada para o

planejamento e gestão das cidades. No Brasil, o protagonismo do município é evidenciado no art. 182 da Constituição Federal, que diz em seu caput o seguinte:

A política de desenvolvimento urbano, executada pelo Poder Público municipal, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes (CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988, Art. 182).

Nesse sentido, fica claro na Constituição Federal, a preponderância de pensar a política urbana como fundamental na vida social, bem como a de um desenvolvimento integrado, sustentável e na garantia de bons resultados para a população.

Temporalmente, conforme o debate sobre gestão pública voltada a políticas urbanas (FREY, 2007), foi estabelecida certa contraposição entre modelo gerencial e o democrático-participativo. No entanto, as recentes transformações mundiais nos aspectos tecnológicos fizeram com que essa dualidade fosse superada por um desenho de política urbana calcado no conceito da governança, que contempla tanto o agrupamento da diversidade de conhecimentos que se pode ter acerca de um tema quanto pelo desenho de mecanismos de participação que fortaleçam o aspecto democrático das decisões, isso tudo abarcando ainda as inovações e tecnologias que possam estar à disposição dos atores. A tentativa do modelo de governança se dá em duas direções: por um lado, a redução de externalidades negativas; por outro, a potencialização de externalidades positivas. Klaus Frey (2007) argumenta que,

Na atual fase de consolidação democrática, as concepções ideológicas que dominaram o processo de transição democrática, contrapondo o discurso da competência técnica e gerencial ao discurso politizante do confronto e da mobilização social, estão progressivamente dando lugar a novo pragmatismo da gestão urbana que tenta conciliar participação ampliada com gerenciamento efetivo (FREY, 2007, p. 146).

A governança porém, como todo modelo, tem sua representação como um tipo ideal desejado, mas que, na realidade, pode apresentar uma série de dificuldades de implementação que só serão possíveis de serem contornadas na medida que se tenha

conhecimento das mesmas. Nesse sentido, é preciso que todo um arranjo institucional das políticas urbanas seja feito para que não ocorram questionamentos que impliquem sua paralisação. O protótipo de políticas urbanas a serem desenvolvidas pelo nível municipal, especialmente o Poder Executivo, deve derivar de negociações que envolvam os outros poderes constituídos, bem como dos movimentos sociais ligados à temática.

Além disso, o urbanismo tem se provado uma área determinante tanto para bons resultados da vida social quanto pela qualidade de vida individual dos cidadãos que habitam determinadas localidades e são usuários de políticas urbanas conduzidas pela administração municipal. Dessa forma, instrumentos norteadores da gestão, como Plano Diretor, Lei de Uso e Ocupação do Solo, Estatuto das Cidades, Código de Obras e Posturas, são alguns dos mecanismos que determinam decisivamente o desenho das cidades, e o modo como os cidadãos interagem dentro dela.

Ainda sobre isso, é preciso entender o urbanismo como um aspecto de ocupação da cidade e dos espaços públicos de modo apropriado e como maximização da democracia enquanto conceito espacial. Frey (2007) ressalta que

Na medida em que os interesses e ambições dos setores urbanos modernos se dirigem cada vez mais para as novas oportunidades abertas pelo mundo globalizado, é para se supor que o interesse para a vida local e a disposição para comportamentos solidários diminuí, colocando em questão a própria democracia (FREY, 2007, p. 137).

Ademais, ainda que a gestão pública enquanto ciência se debruce pouco sobre estratégias de política urbana que traga resultados positivos para os cidadãos, têm-se também o fato de que os próprios governantes, enquanto agentes públicos, não tratam objetivos desta área como primordiais em seus planos e metas de governo. O que se vê, frequentemente, é a presença protocolar de algumas diretrizes e a condução da solução de demandas rotineiras da área sem um planejamento estratégico que possa conduzir a resultados mais efetivos. Sob essa ótica de pouco protagonismo, o poder público acaba se motivando apenas quando provocado, seja por lobbies específicos da iniciativa privada ou movimentos sociais, seja por necessidades momentâneas, perdendo oportunidades de estruturação e alcance de bons resultados. Contudo, essa dinâmica não

é uma regra, havendo, ao redor do mundo, uma série de experiências destacáveis de cidades que aproveitaram seu potencial e mudaram as expectativas e resultados por meio de ações e planejamentos detalhados de políticas urbanas.

Dessa maneira, o avanço da governança como modelo de administração pública que produz melhores resultados para os cidadãos, respeitados também os princípios democráticos e o combate à desigualdade, não pode prescindir de dar a devida atenção ao desenho de políticas urbanas. O desenho global dos últimos anos é a acentuação cada vez maior de ocupação urbana, fazendo com que a cidade necessite oferecer aos cidadãos a plena capacidade de serviços e qualidade de vida, o que só é possível em uma localidade que esteja estabelecida de modo planejado e eficiente. Contudo, é necessária a percepção de que as cidades não estão agindo de modo isolado no contexto global, sendo primordial que estabeleçam laços entre elas, tal como visto no debate sobre redes colocado anteriormente, instituindo a inovação como prática.

1.2.1 Gestão urbana e inovação

Como um modelo de administração pública mais identificado com a contemporaneidade e lidando diretamente com questões mais modernas de aplicação das ferramentas de gestão, a governança necessariamente passa por discutir e implementar aspectos de inovação em seu desenho operacional. A evolução tecnológica tem dado, em velocidade cada vez maior, soluções para entraves que, por outras vezes, causavam paralisias decisórias e de funcionamento no setor público.

A construção de um denominado Campo de Públicas e a conseqüente profissionalização da gestão nesse setor conduzem à idealização de determinadas práticas e, do mesmo modo, à pressão para que a área esteja permanentemente atenta ao que existe de mais inovador. É dessa forma que o intercâmbio da gestão pública e a adaptação de modelos funcionais vigentes em outras áreas, especialmente na administração privada, tem sido implementados em velocidade cada vez maior, em busca dos benefícios que estas produzem. Sempre é importante ressaltar, porém, que, embora a utilidade desses métodos possam se mostrar certas, os resultados alcançados pela administração pública não implicam necessariamente a mesma eficiência da administração privada, tal

como visto anteriormente, na medida em que a primeira se volta ao usuário como cidadão, e a outra percebe-o como um consumidor.

Contextualizando com o debate proposto neste trabalho, têm-se que o aspecto da inovação é importante na construção de um modelo de gestão urbana que tenha como objetivos a realização de bons resultados. É verificável, no contexto urbano, a importância que os meios tecnológicos têm provocado na rotina das cidades, seja na implantação de novas estratégias de mobilidade, sustentabilidade, seja na oferta de serviços públicos em geral. Pensar estratégias de intervenção urbana sem apelar para a inovação indica um planejamento falho e antiquado.

Embora muitas das inovações no tecido urbano tenham sido provocados pelo setor privado, o setor público também tem atuado no desenvolvimento de estratégias para a oferta de seus serviços ou, quando provocado, dado respostas nas mudanças que as práticas de inovação trazem. O papel que acaba sendo destinado ao setor público é de catalisador de inovação, tendo em vista a qualidade dos resultados, ou seja, como um ente que funciona na promoção de boas ideias. Isso se dá de forma importante não só pelo resultado em si, mas também pela implicação de que a formação desse tipo de ambiente também faz com que se fomentem outras práticas de teor adequado aos resultados e conduza a um maior desenvolvimento econômico e qualidade de vida. Nessa direção, Fábio Duarte (2005) argumenta que

Demonstra-se que a articulação de políticas nacionais e provinciais com objetivos claros de desenvolvimento socioeconômico ligado a um ramo tecnológico inovador, o diagnóstico de oportunidades de mercado e o envolvimento da escala municipal na atração de determinado tipo de empresa para uma região específica da cidade e na articulação com outros atores, como investidores imobiliários e universidades, podem fazer com que a cidade torne-se a catalisadora do desenvolvimento de um polo tecnológico inovador tanto pela economia tecnológica quanto pela recuperação de um contexto urbano (DUARTE, 2005, p. 122).

Ainda no entendimento de Duarte (2005),

As cidades, assim, mantêm seu papel por serem formadas e formadoras da diversidade, atratoras e dispersoras de valores que nelas se transformam. (...)Assim, as empresas e pessoas inovadoras dependem de um ambiente informacionalmente rico e esse ambiente está intimamente ligado às qualidades do contexto urbano (DUARTE, 2005, p. 123).

Logo, se a atenção à inovação se dá de modo cada vez mais imperativo na gestão pública como um todo, as respostas especificamente da gestão urbana tem sido cada vez mais necessárias e fundamentais para o prosseguimento de um desenvolvimento e qualidade de vida desejado pelas administrações.

1.3 Considerações finais

Destacada a importância da formação de redes e de desenhos inovadores na administração pública municipal no que tange as políticas urbanas, cabe demonstrar como estes termos se relacionam entre si, quais os modelos encontrados na prática. Nesse âmbito – o da prática, verifica-se que atuar localmente é uma tarefa de alta complexidade, especialmente se não houver articulação com outros atores, sejam eles entes governamentais ou instâncias supra ou internacionais, sejam movimentos da sociedade civil, e inovação na modelagem das soluções. Uma importante estratégia na gestão de cidades, no que se refere à inovação, é a denominada “Economia Criativa”, tema do próximo capítulo.

2. ECONOMIA CRIATIVA: INOVAÇÃO NA GESTÃO DE CIDADES

Um ramo que vem tomando espaço no mundo moderno acerca dos estudos sobre atividade econômica é o da denominada “Economia Criativa”. Esse conceito é definido segundo Bernardo Matta Machado como a reunião das atividades, produtos e serviços caracterizados pelo valor simbólico, ou seja, não há a monetização clara do valor em si do produto e sim da mensagem que carrega consigo.

Neste capítulo, o objetivo é traçar as perspectivas do papel cada vez mais importante e central ocupado pela economia criativa dentro do cenário econômico como um todo, bem como de destacar as possibilidades e alcances da potencialização das habilidades criativas como forma de gerar benefícios para a própria sociedade.

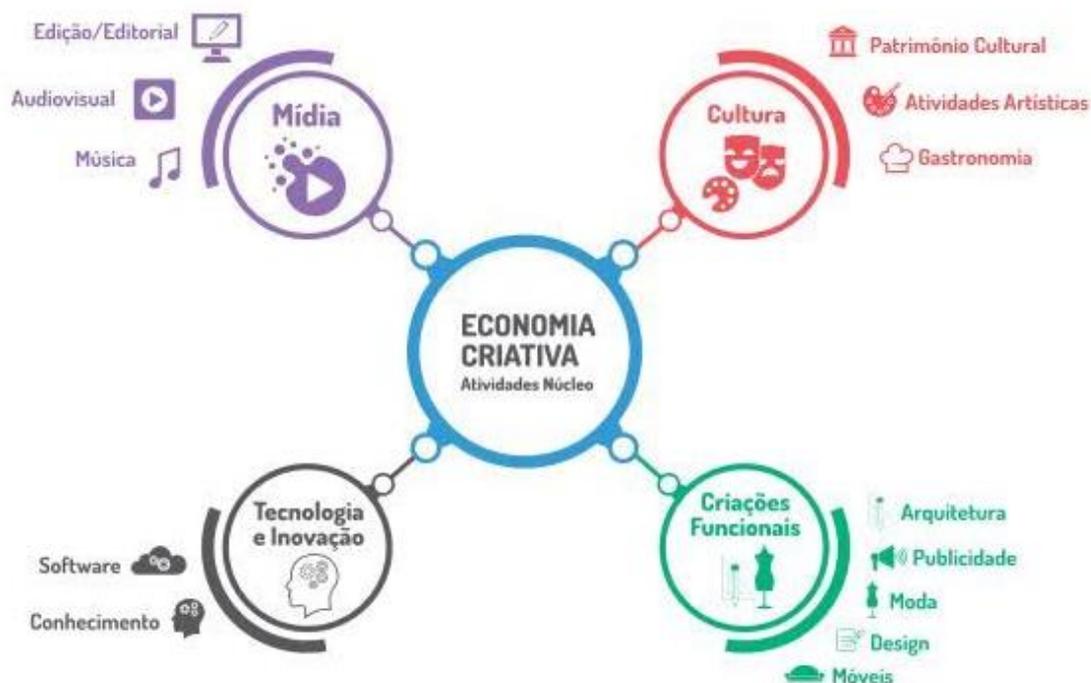
A discussão está organizada da seguinte maneira: na primeira seção, são detalhadas a configuração e abrangência da Economia Criativa e sua evolução histórica; na segunda seção, o foco é colocado sobre o desenvolvimento do setor Economia Criativa nos países em desenvolvimento, como o Brasil; na terceira seção, o foco da discussão é colocado nos investimentos desenvolvidos no setor de Economia Criativa no Estado de Minas Gerais; por fim, na quarta seção se adentra no conceito de economia criativa com relação às cidades e como se desenvolve nesse âmbito, sendo colocado ainda o exemplo da Rede de Cidades Criativas da Unesco com descrição do seu funcionamento, do processo de candidatura e documentos necessários, da localização das cidades mundialmente e dos objetivos e metas das cidades que participam desta rede.

2.1 Economia Criativa: configuração e evolução histórica

O setor de economia criativa abrange principalmente atividades do meio cultural e intelectual e é movimentado por atrações nas áreas de gastronomia, lazer, cultura,

música, design, cinema, literatura, dentre outros. Os grupos e subgrupos que compõem o setor de Economia Criativa e sua abrangência são retratados nas Figura 1 e 2.

Figura 1 – Grupos e Subgrupos da Economia Criativa



Fonte: Reproduzido de IEL/FIEMG, ANO, p. 20.

Figura 2 – Abrangência da Economia Criativa

ABRANGÊNCIA DA ECONOMIA CRIATIVA					
Patrimônio Histórico Conservação Museus Arquivos Galerias Bibliotecas	Artes Literárias Artes Visuais Artes Cênicas Artes Plásticas Arquitetura	Cinema Televisão Mídia Música Digitalização	VR AR Jogos de Computador Mídia Digital	IA Robótica Design Digital	Big Data Tecnologia Smart
ARTES E CULTURA			DIGITAL CRIATIVA		DIGITAL NÃO CRIATIVA
SETORES CRIATIVOS					
ECONOMIA CRIATIVA					

Fonte: Reproduzido de Fleming Consultoria Criativa, ANO, p. 4.

Por outra volta, a Economia Criativa, por ser uma ramificação recente da teoria econômica, está intimamente ligada aos processos de inovação. Há ainda, nesse setor, a necessidade do entendimento do papel do estado como promotor e regulador das atividades de Economia Criativa. Se, por um lado, é interessante a percepção de uma economia que possa gerar riquezas para além da questão industrial ou de serviços puramente, por outro, há a necessidade de que se aplique a estrutura e regulação necessária para que a economia criativa possa se desenvolver em sua complexidade.

Entendido o conceito de Economia Criativa, temos o papel da criatividade como fator de formação econômica a partir do final do século XX, período em que a globalização coloca as condições propícias para esse surgimento através das melhorias dos processos de comunicação e tecnologia. As possibilidades de que produtores do mercado criativo pudessem romper as fronteiras do território local e regional limitado de seus trabalhos, foi o fator fundamental da evolução da Economia Criativa (REIS, 2012). Porém, é preciso entender que embora a Economia Criativa se caracterize como tal nesse espaço de tempo recente, a criatividade enquanto produto econômico existe na história da humanidade há muito tempo. É também destaque, nessa discussão, que pela condição de globalização, algumas localidades produtoras de conteúdo não lograram resultados imediatos da sua criação, dado que a estrutura oferecida não os possibilitava, fazendo com que os cidadãos tivessem que se deslocar para conseguir a repercussão necessária. Isso demonstra de forma evidente a necessidade de que os governos locais se atentem para as potencialidades criativas e desenhem as estratégias propícias para que os cidadãos desenvolvam estratégias e logrem os resultados delas esperados.

Para entender a importância da Economia Criativa além de uma simples inferência teórica, é preciso analisar os estudos realizados e números levantados que possam comprovar o protagonismo adquirido por esse setor da economia. Por ter como características uma alta capacitação e grande demanda sobre a mão de obra, ele se mostra como um setor resistente às diversas crises econômicas que o sistema econômico global vem enfrentando nos últimos tempos. Dados levantados pela Tom Fleming Consultoria Criativa corroboram esse argumento, mostrando que, na atual década, a Economia Criativa teve um crescimento duas vezes maior que o da economia de serviços e quatro vezes maior que o da economia de produção nos países que compõe a

OCDE. Ainda nesse estudo, estima-se que, nos próximos anos, a Economia Criativa deva ocupar algo entre 3% a 15% do PIB total mundial.

Esse desenvolvimento é explicado pela mudança na configuração social, onde há uma gradual substituição das atividades industriais por atividades de conhecimento e, com isso, um aumento também de uma formação educacional voltada para o assunto, assim como pela procura maior de produtos relacionados às áreas que pertencem a Economia Criativa. No entanto, é necessário perceber que essa mudança de configuração social não ocorrem na mesma intensidade nas diversas localidades. Embora a globalização seja fator importante na propulsão da Economia Criativa como ramo da economia, ela não pode mascarar as desigualdades que duas localidades conectadas possam ter entre si. Do mesmo modo, parece difícil que países com desenvolvimento precário de suas estruturas, permitam-se a concentrar no desenvolvimento de potencialidades criativas enquanto uma série de outros investimentos urgentes carecem de atenção. Contudo, parece dado que a indústria criativa se mostra como um futuro de desenvolvimento das economias, e mesmo em países que padeçam de dificuldades estruturais, há pessoas que desenvolvem atividades correlacionadas aos serviços de criatividade que podem ser potencializadas. Cabe ao Estado, dessa forma, perceber a economia criativa como uma potencialidade importante para o desenvolvimento dos países, incluindo os em desenvolvimento, como o Brasil, sem com isso abrir mão de estruturação de outros setores. Da mesma maneira, ao Estado é dado o papel de promotor e regulador das questões de Economia Criativa para que não promova aumento da desigualdade e precarização dos serviços que a constituem.

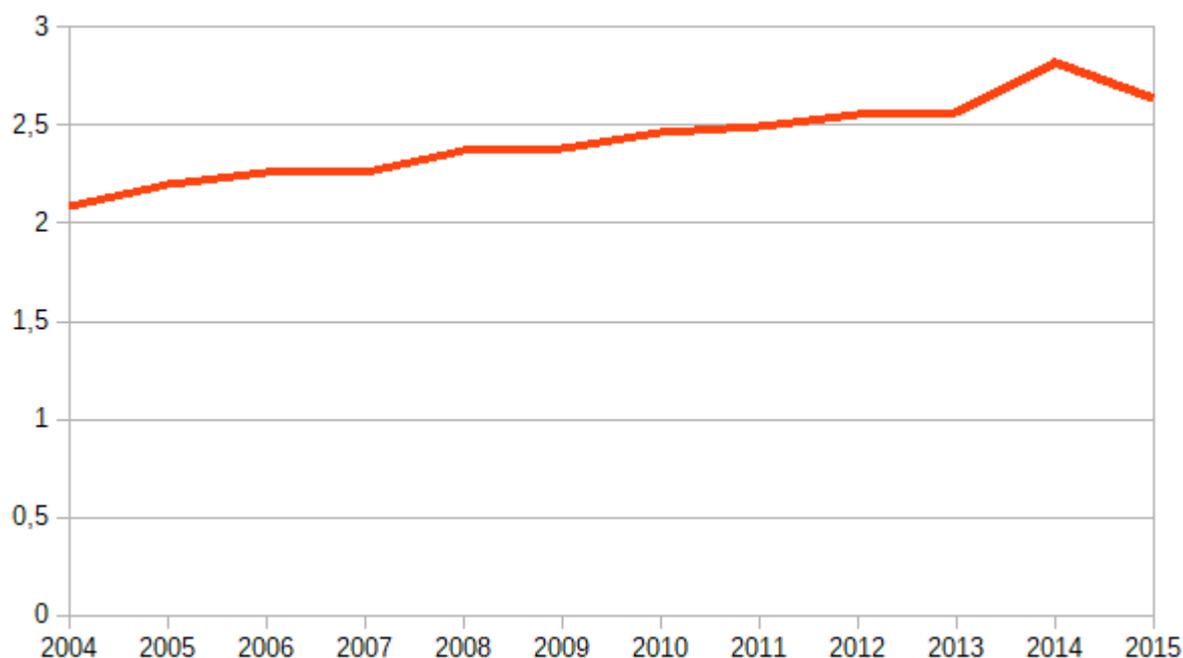
2.2 Economia Criativa no Brasil e os incentivos ao setor no Estado de Minas Gerais

A Economia Criativa vem ganhando destaque paulatinamente no debate político brasileiro mesmo que outras demandas do setor econômico tenham maior proeminência, seja pela questão do atraso do país no setor produtivo, seja por ser um setor ainda sem uma organização estabilizada. Embora haja crescimento da produção acadêmica sobre o tema ou mesmo o desenvolvimento de algumas políticas públicas no setor, ainda não é

possível falar em uma consolidação de metodologias, definições e diretrizes, cabendo a cada um que trate do tema uma tentativa de construção teórico-conceitual e de organização do conhecimento.

Todavia, há o levantamento de alguns dados da presença da Economia Criativa em solo brasileiro que trazem esperanças sobre a possibilidade de bons resultados que o investimento no tema pode trazer. Um estudo desenvolvido pela FIRJAN, de 2016, por exemplo, aponta para a geração de R\$ 155,6 bilhões no setor. O estudo aponta também tendência de crescimento da participação do setor no PIB, como pode ser verificado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Participação da Economia Criativa no PIB do Brasil (2004-2015)

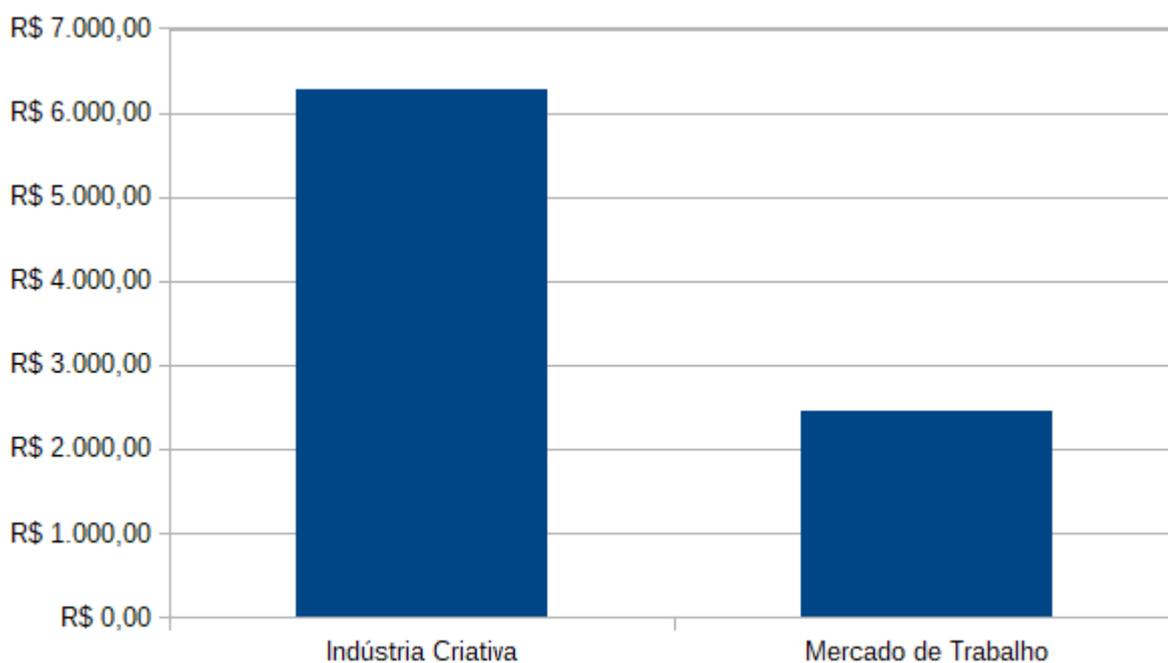


Fonte: Reproduzido de FIRJAN, 2016, p. 13.

O relatório aponta ainda a presença de 851.200 profissionais criativos formais do setor de Economia Criativa no Brasil, em 2015 (FIRJAN, 2016). No geral, esses profissionais possuem maior qualificação do que o de outros setores, sendo que 27,5% dos trabalhadores tem titulação no ensino superior, enquanto o índice nas outras áreas é de 18,2%. Aponta-se ainda que o número de empresas vinculadas a alguma área da

Economia Criativa era de cerca de 239.000, ressaltando que é um número interessante diante da crise econômica que se estabelecia no país até então. Importante destacar que o setor está entre os 10 maiores do Brasil, superando outros de elevada importância na cadeia produtiva, como o têxtil e o de eletroeletrônicos. Dentro da Economia Criativa, as áreas que mais se destacam é a do consumo, que representa 44,2% do bolo total, seguida pela de tecnologia, com 36,81%; mídias digitais, com 11,17%; e cultura, com 7,82%. É interessante destacar ainda o fato de cada R\$1 de investimento no setor gera um retorno de R\$ 9,93 para a sociedade. No aspecto de remuneração dos empregados, também se aponta para o lado positivo da Economia Criativa em contraposição a outros setores, que a diferença salarial, como pode constatado no Gráfico 2.

Gráfico 2: Diferença salarial entre o setor de Economia Criativa e os demais setores do mercado de trabalho brasileiro (2016)



Fonte: Reproduzido de FIRJAN, 2016, p. 14.

Enquanto o relatório, apontado anteriormente, traz informações mais detalhadas sob o aspecto da Economia Criativa no Brasil, em Minas Gerais, há a tentativa de mapear o setor em estudos conduzidos pelo P7 Criativo, uma associação entre o Governo

Estadual, a Federação de Indústrias do Estado e a Fundação João Pinheiro, que busca o apoio e desenvolvimento de projetos inovadores e criativos dentro do estado. Nessa entidade, elaborou-se um radar da Economia Criativa no estado que traz um diagnóstico de números e perspectivas acerca do tema na economia estadual. Alguns desses números levantados trazem a informação de que a economia criativa no estado em 2018 gera aproximadamente uma movimentação econômica de R\$ 788 milhões, 450 mil empregos e a representação de 9,84% do total de indústrias criativas na economia brasileira.

2.3 A Economia Criativa na gestão das cidades

De acordo com a caracterização dos aspectos da Economia Criativa desenvolvida na seção precedente, mostra-se importante a promoção de ideias que fomentem o tema em determinada localidade, pois isso acarreta a formação de uma cultura criativa que se retroalimenta na questão de atração de talentos. Sendo assim, quando essa delimitação se dá no âmbito espacial das cidades, é possível determinar e mapear melhor os aspectos de transformação do que acontece quando se passa aos níveis estadual, nacional ou internacional. Dessa forma, uma série de projetos acerca da economia criativa atuam basicamente com a influência imediata na comunidade local em que está inserida. A esse respeito, Richard Florida (2002) ressalta que

(...) a classe toma decisões de localização de acordo com a oferta de serviços, amenidades e qualidade de vida do local condizentes com seu perfil criativo. Assim, para atrair o capital das “empresas criativas” que demandam tecnologia e inovação, a melhor estratégia seria oferecer incentivos para atrair primeiramente essa classe criativa (FLORIDA, 2002, p. 129).

No mesmo sentido, uma nova compreensão do aspecto urbano sobre a qualidade de vida e os resultados sociais têm adquirido relevância nas discussões urbanísticas dos últimos tempos. A construção de um modelo de cidade baseado nas pessoas tem sido a constante da formação do pensamento e teoria urbanística desde meados do século XX.

Nessa toada, o desenvolvimento das cidades passa a não ser entendido apenas pela pujança de sua infraestrutura e sim pela qualidade de vida dos cidadãos. Por isso, essa interpretação busca estabelecer correlação entre os esforços governamentais centrados na capacidade da cidade se organizar com intervenções urbanas voltadas para as pessoas, gerando resultados positivos em saúde, segurança e qualidade de vida.

Sob essa perspectiva de cidade para pessoas, que ganhou posição majoritária no urbanismo, infere-se uma relação de proximidade com a Economia Criativa, dado que tal como caracterizado anteriormente, esta carrega consigo o aspecto simbólico de valoração atrelado ao desenvolvimento de um trabalho que necessita da capacidade humana. Percebe-se, dessa forma, que tanto a Economia Criativa quanto o novo urbanismo colocam a questão humana como preponderante do desenvolvimento social superando os aspectos puramente estruturais que outras correntes tentaram estabelecer.

Ainda sobre isso, uma outra relação possível de ser feita se dá sobre o modelo de administração pública que se aproxima da questão humana que é o da governança pública. Se há outros modelos de economia centrado na capacidade produtiva, como do urbanismo voltado para a estrutura das cidades, o modelo de administração burocrática, centrado no cumprimento das normas, e o gerencialista, calcado nos resultados, não parecem convergir com os modelos citados anteriormente. Dessa forma, um modelo de governança que concilie a participação democrática, observância do ordenamento legal, formação de redes entre diferentes atores e alcance dos resultados, coloca-se como o mais afeito aos aspectos da Economia Criativa e urbanismo humano citado anteriormente.

Assim, estabelece-se uma relação entre Economia Criativa, gestão urbana e governança pública que se verifica de maneira empírica em projetos e programas globais que tratam da questão. Esse relacionamento acarreta também a formulação de uma nova metodologia de interpretação que é o das cidades criativas, tema da próxima seção.

2.4 Cidades Criativas: uma nova estratégia de desenvolvimento

A cidade como um lugar de reunião de pessoas para o convívio, sob égide de uma administração local com delimitação territorial, é uma construção antiga da humanidade. Contudo, o fenômeno da urbanização se potencializou no último século, abarcando profundas mudanças nos modos de convívio social. Nessa esteira, surge ainda as diversas interpretações e reivindicações sobre o papel e a função da cidade, o que deriva ainda da necessidade de ciências específicas que possam interpretar essa questão e formular planos, políticas e diretrizes para o funcionamento adequado das cidades, tendo em vista a qualidade de vida dos cidadãos. Essa questão é corroborada com estudos que apontam um crescimento cada vez maior do número de pessoas que ocupam o espaço urbano. Se, na década de 1950, a porcentagem de pessoas que viviam nas cidades era de 30%, no decorrer de 100 anos, ou seja, na década de 50 do século XXI, é esperado que 70% das pessoas vivam no espaço urbano. A urbanização surge como fenômeno complicado especialmente nas cidades asiáticas e africanas, o que demanda a necessidade de que se façam estudos e planejamentos corretos para a sua gestão.

Nas análises, verifica-se ainda que os modos de produção em que se alicerçaram a cidade ao longo dos últimos tempos não ocorrem de modo sustentável, o que coloca em risco a sobrevivência da espécie humana. Disso surge o debate acerca do desenvolvimento sustentável e do modo de construção das cidades, especialmente voltado à questão da inovação e tecnologia. Tal como visto anteriormente, a propulsão da denominada Economia Criativa se mostra importante no sentido de criar melhores opções de desenvolvimento que não impliquem somente a produção industrial. Com esse valor em mente, adquire relevo o conceito de cidades criativas (FLORIDA, 2002), ou seja, de cidades que criam o ambiente propício para o desenvolvimento e exploração completa das potencialidades próprias de sua economia criativa.

O conceito de Cidade Criativa foi proposto inicialmente pelo economista sueco Ake Anderson, em 1985, no artigo intitulado “Criatividade, a cidade futura”. O estudo é desenvolvido e publicado em 1985, em coautoria com o planejador urbano inglês Charles Landry, com o título “A Cidade Criativa”. O autor define cidade criativa como aquela que cumpre os requisitos do aumento do impacto social produzido pela

Economia Criativa da cidade, a necessidade do planejamento urbano englobar conhecimentos de outras áreas ligadas à economia criativa e a inclusão no processo de planejamento urbano de minorias e grupos excluídos da sociedade. Há ainda o estudo feito pelo norte-americano Richard Florida, referência na área de Economia Criativa nas cidades, em 2002, compilado na obra “A ascensão classe criativa.”. Sobre as cidades criativas, é Florida quem determina a teoria dos 3 T’s necessários para sua configuração: tecnologia, talento e tolerância. Sem um ambiente em que a cidade forneça essas características, não há como desenvolver uma Cidade Criativa, segundo o autor, mesmo que somente a adoção deles não sirva como garantia absoluta para essa configuração. Florida diz ainda que os talentos criativos têm a tendência atual de escolher os lugares aos quais gostariam de ocupar, fazendo com que cidades que se atentem a desenvolver boas possibilidades possam criar um ciclo cada vez maior de atração de talentos.

Nesse aspecto, a criatividade entendida como ramo da economia só se faz possível quando consegue confluir o aspecto territorial com o humano, ou seja, é preciso que exista um ambiente propício e atrativo para o exercício da criatividade com a existência de material humano que se dedique a explorar a própria criatividade na criação de produtos e serviços que geram riquezas. Por isso, não faz sentido que os governos locais atuem somente fornecendo benefícios fiscais ou de outra natureza para a atração de empresas, pois sem o capital humano não é possível a disseminação de uma Economia Criativa eficiente.

Do mesmo modo, a criação de um ambiente criativo necessita que a cidade possua outras estruturas capazes de fornecer as condições necessárias para o desenvolvimento. Por isso, o conceito de Cidade Criativa está intimamente ligado a outros conceitos típicos do urbanismo moderno, como o de cidades sustentáveis e cidades inteligentes. Não há como desenvolver todos esses aspectos sem que haja estrutura física capaz de fornecer e dar qualidade de vida adequada aos cidadãos e habitantes de tal localidade. Por outro lado, onde essa estruturação está consolidada de modo mínimo, os conceitos de criatividade, sustentabilidade e inteligência se misturam e retroalimentam, sendo um capaz de promover o outro em igual proporção.

Compreendido o conceito de Cidade Criativa e colocada a importância da Economia Criativa como possibilidade de desenvolvimento econômico adequado às demandas

futuras, surgiram alguns programas na tentativa de fomentar esse tipo de prática, como a rede de Cidades Criativas da Unesco, apresentada na sequência.

2.5 A Rede de Cidades Criativas da UNESCO

Entendendo a necessidade pensar o futuro e as possibilidades de desenvolvimento humano, especialmente centradas na questão da sustentabilidade, a Organização das Nações Unidas, ONU, através de sua ramificação voltada para educação, cultura e ciência, a UNESCO, criou em 2004 a chamada Rede de Cidades Criativas, com a intenção de formar uma cadeia de troca de experiências e cooperação no desenvolvimento de comunidades que produzem aspectos da economia criativa com centralidade. Esse programa busca entender o futuro da economia e indústria como intrinsecamente ligados aos aspectos da Economia Criativa e, dessa forma, pretende estreitar laços de cooperação e desenvolvimento de diversas cidades ao redor do mundo.

Na Figura 3, é apresentada a localização das cidades quem compõem a rede.

Figura 3: Localização das cidades participantes da Rede de Cidades Criativas UNESCO



Fonte: Reproduzido de UNESCO, 2019, disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>>

A integração de qualquer cidade à rede desenvolvida pela ONU requer um processo detalhado, no qual se exige a demonstração de um trabalho, demonstrando algumas das áreas estabelecidas pelo órgão, que são as seguintes: o artesanato, o design, o cinema, a gastronomia, as artes digitais, a literatura e a música, sendo possível a uma cidade se enquadrar em apenas uma das categorias. Cada cidade pode ter a candidatura rejeitada apenas duas vezes, sendo que, no caso de uma terceira rejeição, a localidade fica impossibilitada de pleitear a participação na rede pelos quatro anos subsequentes. Até o ano de 2018, 180 cidades, de 72 países diferentes, passaram a integrar o programa, com o objetivo de priorizar a criatividade nos planos de desenvolvimento local de cada lugar.

Participar da Rede de Cidades Criativas da Unesco se mostra como, primeiramente, uma vitrine para atração de talentos, especialmente aqueles vinculados à área em que a cidade tenha postulado candidatura, mas também possibilita o aumento da autoestima local, possibilidades maiores de interlocução e troca de experiências com outros contextos globais e o desenvolvimento de oportunidades para os locais. Além disso, o processo ao qual a cidade precisa se submeter para fazer parte da rede requer um amplo diagnóstico das atividades ligadas a Economia Criativa da cidade, o que, por si só, induz a construção de dados importantes que permitirão a formulação de políticas públicas voltadas para a promoção do desenvolvimento local e facilita os processos de monitoramento e avaliação de projetos desenvolvidos.

Ainda nessa questão da candidatura de determinada localidade em participar da Rede de Cidades Criativas, temos que o processo em que se faz o pleito requer a construção de boas ferramentas de gestão, como o desenvolvimento de cronograma de ações, definição de grupos responsáveis, criação de um canal de interlocução direta com a entidade, e desenvolvimento de parcerias com outros entes da federação, a saber o Estado e a União, para facilitação do processo de candidatura e representação. Segundo o site da Prefeitura de Belo Horizonte ao noticiar a candidatura da cidade para integrar a rede de cidades criativas, o processo consiste em

preparar um plano de desenvolvimento no campo criativo em que a cidade se candidatou. O processo de seleção é feito por dois comitês: um técnico, com representação em cada categoria, designado pela Unesco; e um comitê de representantes das cidades já integrantes da Rede, em cada categoria (PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE).

Ainda importante destacar que, a cada ano, somente duas cidades por país podem ser incorporadas ao programa, fazendo com que o processo de candidatura seja precisamente construído para não acarretar derrotas e dificuldades futuras de ingresso.

Como registrado anteriormente, a Rede Cidades Criativas da Unesco abrange mais de 72 países diferentes ao redor do mundo, sendo que oito dessas cidades estão localizadas em território brasileiro: Belém, Paraty e Florianópolis, na área de gastronomia; Curitiba e Brasília, na área do design; Salvador, na área da música, e João Pessoa, no artesanato. O ingresso na rede depende de aprovação da ONU, após julgadas as condicionantes e documentações estabelecidas. No processo, é definido um compromisso imediato da cidade com o cumprimento da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, documento elaborado pela entidade com 17 objetivos de transformação social, e exigido um planejamento a longo prazo da cidade para implementação dos objetivos da rede.

A rede é regida por uma série de documentos elaborados nas conferências realizadas anualmente, em alguma cidade membro, desde o ano de 2014. Dentre esses, se encontram como documentos principais a Declaração de Missão, o Guia de Aplicação e o Formulário de Candidatura.

A Declaração de Missão traz como elemento principal os objetivos e áreas de atuação do programa que são:

Objetivos

A Rede de Cidades Criativas da UNESCO visa:

- fortalecer a cooperação internacional entre cidades que reconheceram a criatividade como uma estratégia fator de seu desenvolvimento sustentável;
- estimular e aprimorar iniciativas lideradas pelas cidades membros para tornar a criatividade um componente essencial do desenvolvimento urbano, principalmente por meio de parcerias envolvendo os setores público e privado e sociedade.
- fortalecer a criação, produção, distribuição e disseminação de atividades culturais, bens e Serviços;
- desenvolver polos de criatividade e inovação e ampliar oportunidades para criadores e profissionais em o setor cultural;
- melhorar o acesso e a participação na vida cultural, bem como o gozo de bens culturais e serviços, nomeadamente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis;

- integrar plenamente cultura e criatividade às estratégias e planos de desenvolvimento local.

Áreas de atuação

- compartilhar experiências, conhecimentos e melhores práticas;
- projetos-piloto, parcerias e iniciativas que associam os setores público e privado e a sociedade civil;
- programas e redes de intercâmbio profissional e artístico;
- estudos, pesquisas e avaliações sobre a experiência das cidades criativas;
- políticas e medidas para o desenvolvimento urbano sustentável;
- atividades de comunicação e conscientização (UNESCO/Declaração de Missão, 2019, pág. 1)

O Guia de Aplicação e o Formulário de Candidatura tratam especificamente do processo de candidatura das cidades que pretendam participar do programa. O primeiro documento trata mais das diretrizes que conduzem o programa e do roteiro necessário para o processo; o segundo trata-se de um formulário que o prefeito deve preencher com dados e diagnóstico da atividade criativa, especialmente na temática ao que está ligada.

Figura 4: Formulário de candidatura ao programa Rede de Cidades Criativas da Unesco

The image shows three pages of the UNESCO Creative Cities Network 2019 Call for Applications form. The first page is the cover, featuring the UNESCO logo and the title 'UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK CALL FOR APPLICATIONS 2019 Application Form' with a colorful graphic of interconnected lines. The second page is the 'APPLICATION FORM' and includes the following sections:

- 1. NAME OF CITY:** [Text input]
- 2. COUNTRY:** [Text input]
- 3. CONTACTS:**
 - 3.1 Mayor of the City:** Title (Mr/Ms), Family name, First name, Institution/Function, Address, Telephone number, Email address.
 - 3.2 Representative of the Mayor:** Title (Mr/Ms), Family name, First name, Institution/Function, Address, Telephone number, Email address, Other important information.

The third page includes the following sections:

- 3.3 Main executive contact:** Title (Mr/Ms), Family name, First name, Institution/Function, Address, Telephone number, Email address, Other important information.
- 3.4 Alternative contact:** Title (Mr/Ms), Family name, First name, Institution/Function, Address, Telephone number, Email address, Other important information.
- 4. CREATIVE FIELD:** Please choose only one between: Crafts and Folk Art, Design, Film, Gastronomy, Literature, Media Arts, and Music. (Click on the drop-down menu).
- 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 institutions, international connections, etc. (1500 characters maximum).
- 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

Fonte: Reproduzido de Unesco, 2019, p. 1-3

Nesse estágio, são definidos 12 passos que a candidatura deve seguir:

1. Decisão do Prefeito em participar do programa
2. Estabelecer equipe de gerenciamento e ponto focal
3. Identificar os stakeholders relevantes - dentro da cidade e em nível regional e internacional
4. Estabelecer um grupo consultivo envolvendo stakeholders relevantes de todos os setores
5. Implementar pesquisas relevantes e preparar o mapeamento de ativos criativos da cidade
6. Projeto de estratégia e plano de ação de médio prazo (4 anos) para implementação dos objetivos da Rede a nível local e internacional
7. Planejar unidade de administração em caso de designação
8. Propor orçamento adequado e explorar oportunidades de financiamento
9. Prefeito escreve carta formal apresentando candidatura
10. Obter apoio formal de associações profissionais nacionais
11. Obter aprovação formal da Comissão Nacional da UNESCO
12. Enviar a inscrição com todos os documentos necessários até o prazo final (UNESCO/Guia de Aplicação, 2019, pág. 9)

2.6 Considerações finais

Nesta seção então, buscou-se definir do que se trata a economia criativa e a sua valoração referente ao impacto positivo econômico na sociedade, além do seu valor simbólico de sua própria conceituação. Os estudos apontam perspectivas importantes do papel da economia criativa no futuro e as localidades que estiverem melhor preparadas poderão usufruir dessas condições de modo mais apropriado. Por isso, faz-se importante a discussão de cidades criativas como o meio propício para atração e potencialização dos talentos da economia criativa sob a organização e implementação de políticas adequadas pelo poder público. Desse modo, participar de uma rede de cidades interligadas de modo a compartilhar experiências e sabedorias acerca do tema se mostra uma das estratégias adequadas de formulação desse processo. A Rede de Cidades Criativas da Unesco, através de um processo detalhado e também de objetivos e

diretrizes detalhadas de modo claro, é um fator importante desse desenvolvimento e, portanto, a participação de uma cidade nesta rede pode provocar impactos positivos para a localidade. Sobre isso, trata o próximo capítulo onde, exemplificado pela candidatura da cidade de Belo Horizonte à Rede de Cidades Criativas da Unesco, se mostrará o descobrimento de potencialidades e desenvolvimento de impactos positivos da economia criativa na cidade em um caso concreto.

3. A CIDADE DE BELO HORIZONTE E A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO

Um melhor entendimento das questões aqui tratadas sobre Economia e Cidade Criativas é possível quando se vê um exemplo prático. Embora o programa Redes de Cidades Criativas da UNESCO possua 15 anos de história e conte com a participação de mais de 200 cidades, optou-se por trazer um exemplo mais próximo: a candidatura da cidade de Belo Horizonte, capital do Estado de Minas Gerais, apresentada em 2019, ao título de Cidade Criativa. Destaca-se que, conforme os dados relatados sobre economia criativa no País e no Estado de Minas Gerais, a capital se insere com algumas peculiaridades nos aspectos tratados nesse trabalho.

O capítulo está organizado da seguinte maneira: na primeira seção, é delineado o contexto da cidade de Belo Horizonte na perspectiva da gestão urbana, tratando um pouco de sua formação histórica nesse quesito e das últimas transformações na área; na segunda, a discussão foca o âmbito das políticas de inovação, principalmente no turismo, desenvolvidas na cidade e de outros programas que possam ter ligação com a questão da Economia Criativa; na terceira parte, o debate é sobre o processo de candidatura da cidade para participação na Rede de Cidades Criativas, apresentando as articulações e desenvolvimento de todas as etapas necessárias para efetivação da candidatura; a quarta seção traz o tema específico da gastronomia como elemento importante de desenvolvimento da cultura e seu papel central dentro da cidade, o que fortalece a candidatura; e, por fim, a última seção traz o resultado deste processo de participação da capital mineira na Rede de Cidades Criativas da Unesco, bem como dos compromissos e metas a serem adotados pela administração pública para que o processo continue gerando impactos positivos na cidade nos próximos anos.

3.1. A contextualização de Belo Horizonte na questão urbana

Belo Horizonte é uma cidade planejada para se tornar a capital do Estado de Minas Gerais, em substituição a Ouro Preto. Antes disso, ela existia apenas como um vilarejo denominado Curral Del-Rei, ainda sem nenhum tipo de estruturação. Dessa forma, na conclusão do projeto liderado pelo engenheiro Aarão Reis, surgiu uma cidade com quarteirões e praças rigorosamente modeladas, vias largas e estruturas públicas. A nova capital foi inaugurada em 1897, com referências modernas para a época, especialmente a das reformas urbanas de Paris conduzidas pelo Barão Haussman. Entretanto, o processo de urbanização acelerado, e as possibilidades que o fato de ser capital do estado oferecem fizeram com que, ao longo do século XX, a cidade extrapolasse muito os limites territoriais estabelecidos no planejamento inicial. A urbanização, especialmente nas áreas periféricas, aconteceu de forma desordenada e sem atenção devida do poder público, fazendo com que a estrutura urbana da cidade se saturasse, trazendo dificuldades nas rotinas dos cidadãos. No século XXI, diante da perspectiva do recebimento de grandes eventos, destacado o fato de ser uma das principais sedes da Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014, uma série de intervenções urbanas foi pensada, especialmente na questão da mobilidade, para fornecer estrutura capaz de abrigar os visitantes e, em consequência, gerar um legado positivo para a cidade. Dessa forma, avenidas foram alargadas, viadutos construídos, novo sistema de transporte público e pistas exclusivas para os mesmos foram inaugurados. No momento pós-Copa, a cidade vive ainda uma série de mudanças urbanas, em particular nos instrumentos de planejamento e legislação urbanos, visando maior democratização da cidade como espaço público. Esse movimento é indicado principalmente na promulgação de um novo Plano Diretor, que reduz o potencial construtivo dos lotes, fazendo com que a especulação imobiliária diminua seu ritmo, além de promover o incentivo à ocupação das principais vias da cidade, facilitando as questões de mobilidade e deslocamento. Há ainda uma série de desafios urbanos a serem enfrentados pela capital, sobretudo na diminuição da desigualdade e oferta de oportunidade a camadas desprovidas de acesso aos serviços e ao direito à cidade, ao mesmo tempo em que algumas possíveis intervenções urbanas são pensadas de modo a superar essas dificuldades. Passadas as adversidades de nível estrutural, a construção de

uma cidade com perspectivas de se identificar como criativa, inteligente e sustentável traz novas possibilidades de desenvolvimento urbano e econômico, tornando o ambiente como um todo mais atrativo e capaz de ofertar bons serviços públicos aos cidadãos.

3.2. Belo Horizonte e as questões de turismo e inovação

Dado o contexto urbano citado anteriormente, ressalvadas as necessidades de melhor estruturação para superação das dificuldades e desigualdades existentes na cidade, Belo Horizonte vem tentando construir um novo ambiente de inovação, situar-se como catalisadora do desenvolvimento econômico, combinando, por um lado, aspectos modernos de tecnologia a serviço dos bens públicos e, de outro, a preservação de uma tradição e identidade cultural como força própria da cidade. Nessa perspectiva, a Economia Criativa encontra importância, dado que essa combinação de aspectos é própria de seu funcionamento. Para entender a Economia Criativa no contexto da cidade, é preciso esmiuçar melhor áreas que estão intimamente ligadas ao conceito, como o turismo, a cultura e a inovação, e verificar como elas estão funcionando na cidade de Belo Horizonte, na medida em que esse diagnóstico subsidia sua pretensão de se tornar uma Cidade Criativa.

No que se refere à inovação, Belo Horizonte tem se tornado referência brasileira, especialmente na criação orgânica de um ambiente propício a e de interação de empresas e pessoas que buscam usar do expediente na resolução de problemas e ofertas de serviços. Nesse sentido, empresas de renome mundial, como a Google, tem sua representação brasileira sediada na cidade. Da mesma forma, uma região da cidade conhecida por abrigar uma série de *startups*, que são pequenas empresas que baseiam seus negócios em inovação e tecnologia, ganhou a alcunha de São Pedro Valley, em referência direta ao maior polo de tecnologia mundial, o Silicon Valley, no Vale do Silício, nos Estados Unidos.

No âmbito da gestão pública, o governo municipal tem fortalecido o seu papel de indutor do ambiente de inovação, também voltado a conseguir boas soluções para o desenvolvimento econômico da cidade e para a oferta de bons serviços públicos. Dessa

forma, alguns projetos são capitaneados especialmente pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e pela Belotur, empresa de promoção do turismo na cidade. Como exemplo desse ambiente, podem-se citar: (1) a inserção de Belo Horizonte no programa Fab City, uma rede internacional que busca a sustentabilidade e a inovação como propulsoras do funcionamento da cidade, no intuito de que o próprio ambiente seja capaz de suprir as demandas que surgem; (2) a criação do Laboratório de Inovação em Turismo, em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais, que busca mapear o sistema de inovação da cidade, bem como do próprio setor público, e, por fim, (3) o fornecimento de diretrizes e condições de viabilidade a outros programas.

A combinação entre desenvolvimento econômico e inovação, tendo em vista o alcance de bons resultados para a cidade, traz perspectivas de melhorias na questão do turismo, que também é um grande potencial da Economia Criativa. Entretanto, o turismo deve ser tratado sob a ótica não só da atração de visitantes, mas, sim, como um processo em que a própria comunidade consegue melhorias na rotina diária. Nesse sentido, diz estudo conduzido pelo Laboratório de Inovação em Turismo da cidade de Belo Horizonte (2018):

Uma cidade estar preocupada com turismo inteligente significa estar preocupada não só em oferecer uma experiência melhor para o turista, mas também para os residentes. Conectar atrações, gerar informações e analisar para que seja possível tomar a melhor ação significa aumentar as oportunidades de negócios e aumentar a atratividade de um destino (BELOTUR, 2018, p. 38).

A capital mineira tem fortalecido a sua estruturação na área de turismo, seja na formação de um planejamento estratégico adequado, mapeamento das atividades e construção de um arcabouço legal, seja na oferta de atividades que possam suprir as demandas surgidas. Cabe ressaltar que a cidade não está inserida nos contextos de maior procura turística no País, que são as localidades de balneário, fazendo com que precise exercitar e estruturar-se melhor em outros setores.

Dados para isto estão disponíveis. Em uma pesquisa conduzida pela Belotur em parceria com o Observatório do Turismo da Prefeitura de Belo Horizonte, um melhor perfil do turista, na comparação entre os anos de 2017 e 2018, ficou conhecido. Sobre isso, é

possível afirmar que as maiores motivações para chegada na cidade trata de: visita a amigos e parentes (32,3%), lazer/passeio (24%), negócios (20,9%). A média de permanência é de 4,9 dias. Quando a motivação da visita é lazer, a grande maioria (76,7%) aponta o turismo cultural de shows e eventos como razão, com um gasto médio diário de R\$ 181,00. Esse mapeamento permite ao poder público pensar melhores estratégias para atração de mais turistas ou para melhoria no atendimento do público existente.

Nessa perspectiva, ainda existe uma Política Municipal de Turismo formulada na Lei Municipal 10.823, de 29 de junho de 2015, que busca não só estabelecer a estrutura e organogramas dos órgãos e competências na questão do turismo da cidade, mas também formalizar as diretrizes e objetivos da cidade na questão. Além disso, a Belotur formulou um planejamento estratégico para 2020 que busca localizar a cidade de Belo Horizonte em cinco metas a serem alcançadas até o fim da atual gestão:

1. Posicionar BH entre as três primeiras cidades no ranking nacional de Cidades Inteligentes (hoje, 2018, BH ocupa a 5ª posição);
2. Incentivar startups no município, ampliando de 20 para 40 empresas aceleradas com apoio municipal por ano;
3. Manter a permanência de Belo Horizonte entre os 10 principais destinos brasileiros no ranking ICCA (International Congress and Convention Association) até 2020;
4. Ampliar os serviços turísticos especializados na Lagoa da Pampulha como a exploração noturna e a bike tour;
5. Captar 12 novos eventos que proporcionem movimentação turística até 2020 (BELOTUR, 2018, pág. 41).

Faz-se necessário ainda ressaltar a condição de Belo Horizonte estar, desde 2016, inserida em outra rede mundial da UNESCO, a de patrimônio cultural da humanidade. Essa inserção foi propiciada pelo conjunto arquitetônico da Pampulha, obra chefiada pelo reconhecido arquiteto Oscar Niemeyer, o que abarca uma outra série de possibilidades. Ainda nesse espaço, a localização da cidade com proximidade de outras localidades de forte acervo cultural, como Congonhas e Ouro Preto, também integrantes

da rede de cidades patrimônio cultural da humanidade da UNESCO, bem como do Museu de Inhotim, em Brumadinho, abre um leque de opções para o desenvolvimento econômico e cultural em nível regional.

Dessa forma, pontua-se a questão do turismo como central nas possibilidades da Economia Criativa para a cidade, entendendo principalmente na lógica de que o processo de atração dos turistas fortalece o ambiente também para os residentes locais, induzindo uma cadeia de funcionamento de bons resultados para a gestão pública local.

3.3 A candidatura de Belo Horizonte ao programa da Unesco

A candidatura da cidade de Belo Horizonte para se inserir na Rede de Cidades Criativas está primeiramente ligada ao ambiente de Economia Criativa formulado na cidade pelos diversos atores que compõe esse cenário. Contudo, como a formalização dessa pretensão depende de que o poder público assuma essa condição, o primeiro passo foi a realização de um Encontro das Cidades Criativas, em outubro de 2018, durante o qual a capital mineira recebeu representantes de outras cidades brasileiras que já integravam a rede da Unesco pela área da gastronomia: Florianópolis (SC), Paraty (RJ) e Belém (PA); além de representantes do Peru, que apresentaram o panorama do turismo gastronômico. Aquele encontro serviu para oficializar a candidatura belo-horizontina na integração da rede, bem como propiciar conversas e estudos de caso sobre os processos de outras cidades que deram certo. Por fim, o encontro também serviu para alicerçar ações estratégicas voltadas a um Programa de Turismo Gastronômico, com apoio do Conselho Municipal de Turismo e da Frente Mineira da Gastronomia, programa conduzido pelo Governo do Estado na valorização de projetos que ressaltem esse importante ramo cultural e econômico de Minas Gerais.

Em um momento posterior, a candidatura da cidade buscou estabelecer parcerias também com a União, sendo contemplada em um edital promovido pelo Ministério da Cultura que destinou aos municípios ganhadores uma assessoria especializada na elaboração do dossiê de candidatura a ser entregue à Unesco. No âmbito do Governo Federal, o município ainda contou com o auxílio do Ministério do Turismo na

realização de eventos preparatórios e do Ministério das Relações Exteriores que aderiu formalmente e endossou perante organismos internacionais a candidatura da cidade. Ainda como forma de articulação para o sucesso de uma política pública, foram integradas no processo entidades empresariais (Sebrae, Abrasel, Fiemg), empresários do ramo de gastronomia (fornecedores, restaurantes, chefs), instituições de ensino que conduziam pesquisas sobre a temática e diversos cidadãos interessados que poderiam participar dos eventos envolvidos na construção da candidatura. Outro ponto importante é o empenho da Prefeitura em construir ações em conjunto com a cadeia produtiva da gastronomia e da cultura alimentar que pudessem induzir o desenvolvimento do setor. No âmbito da administração interna, a candidatura também contou com intersetorialidade, ao conjugar os setores municipais relacionados à cultura, turismo e desenvolvimento econômico. Toda essa articulação interna demonstra aspectos também esperados na participação em rede de cooperação, interlocução e construção coletiva para o alcance de resultados que sejam de benefício comum.

Como parte dos aspectos positivos da participação na rede de cidades está no próprio processo de candidatura, ou seja, na movimentação e construção necessárias para entrega do dossiê, Belo Horizonte durante esse período pôde vivenciar uma série de eventos voltados ao setor onde foram discutidos aspectos da gastronomia, turismo, comunicação, dentre outros, e especialistas nos diversos temas trouxeram experiências globalmente reconhecidas de casos de sucesso. Além disso, o processo exige compromisso e dedicação claros com os objetivos gerais da rede e no cumprimento das metas estabelecidas. Ainda nesse quesito, a formatação do dossiê permitiu aos entes um melhor mapeamento das atividades relacionadas na cidade o que facilitará futuras ações de monitoramento e avaliação sobre a efetividade do resultado bem como da comparação em diferentes momentos ao longo do processo (PREFEITURA DE BELO HORIZONTE, 2019).

A candidatura foi oficializada na data limite da entrega de todos os documentos, em 4 de junho de 2019, com o compromisso formal do prefeito da cidade, Alexandre Kalil, cumprindo-se, assim, todos os requisitos e possibilitando a efetivação do próximo passo que é a escolha, por parte da Divisão das Nações Unidas no Brasil, de apenas quatro representantes do País na candidatura final. Esses representantes, posteriormente definidos, são: Belo Horizonte, no ramo da gastronomia; Cataguases, no ramo do

cinema; Aracaju, no ramo da música; e Fortaleza, no ramo do Design. O processo final tramitaria dentro dos comitês da ONU/Unesco, até uma decisão final, prevista definida outubro de 2019.

3.4 A cultura da gastronomia em Belo Horizonte

Compreendidas as etapas do processo de candidatura, a entrega do dossiê de apresentação da cidade na candidatura à Rede de Cidades Criativas é um momento crucial dentro da dinâmica, dado que concentra questões centrais da temática e do processo de construção dos atores e da gestão pública. O cerne da elaboração do dossiê reside em trazer a gastronomia como elemento de identidade primordial da cidade de Belo Horizonte, bem como a construção histórica, cultural, social e econômica dessa área dentro do município.

O primeiro aspecto é entender a dimensão histórica assumida pela gastronomia na capital. Ressalta-se, que antes mesmo da existência de Belo Horizonte como cidade, nas ambiências da localidade da então Curral Del-Rei, existiam fazendas de suprimentos alimentícios para as atividades mineradoras das proximidades, ou seja, a cultura da culinária e do abastecimento existia antes mesmo de Belo Horizonte se tornar uma cidade. Ainda nesses termos, há um entendimento geral de que Minas Gerais assume um papel de confluência do sentimento brasileiro, dado que abriga em si uma diversidade de regiões que remetem a diferentes lugares do Brasil. Do mesmo modo, Belo Horizonte assume, em sua condição de capital do estado, o papel de síntese de Minas Gerais, dando residência em sua formação a várias identidades culturais e de saberes do sentimento mineiro, especialmente na gastronomia, campo em que congrega uma série de sabores de forma criativa e orgânica. Ao mesmo tempo, o desenrolar dos tempos e a adaptação a novas influências globais combinadas com os aspectos cosmopolitas típicos de grandes cidades fez com que as raízes de tradição mineira da gastronomia fosse pouco a pouco conversando e incluindo novas metodologias de culinária.

Como exemplificações dessa típica gastronomia mineira que encontra residência em Belo Horizonte, podemos apontar ingredientes como o queijo, o frango, o fubá, couve, o torresmo, dentre outros, bem como de pratos de identificação imediata como o feijão tropeiro, frango com quiabo, pão de queijo, fígado com jiló e queijo com goiabada; além de pratos clássicos surgidos na cidade como o Kaol, do Café Palhares e o Rochedão, do Restaurante do Bolão. A gastronomia mineira assume papel de grande importância no cenário brasileiro, sendo reiteradamente comum o fato de existirem restaurantes tipicamente mineiros ao redor de todas as regiões brasileiras. Tratando especificamente de Belo Horizonte nesse aspecto, alguns marcos gastronômicos também se estabelecem com força, destacadamente o papel do Mercado Central, um dos principais destinos turísticos da cidade, um ambiente onde há a comercialização da mais variada gama de produtos para culinária, bem como a existência de reconhecidos bares, lanchonetes e outros tipos de comércios do gênero alimentício. Há ainda, na cidade, uma variedade grande de opções que circulam entre a alta e baixa gastronomia, um incipiente mercado de produção de cervejas, além do elevado número de bares.

Diante desse papel central ocupado pela gastronomia na identidade belo-horizontina fica evidente o potencial da candidatura da cidade nesse ramo criativo. É certo que, em outras ocasiões, o poder público tomou outras prioridades de desenvolvimento da cidade, seja na questão do turismo ecológico, seja na atração de negócios, mas, a partir da candidatura na Rede de Cidades Criativas, o foco passa a ser a atração pelo lado da gastronomia, algo que combina mais com a cultura própria da cidade.

A percepção da gastronomia como eixo importante da identidade cultural de uma localidade e as possibilidades que ela coloca de desenvolvimento econômico são aspectos recentes, propiciados pela ascensão da economia criativa nos debates de gestão pública. Com isso, aumentam-se possibilidades de atração turística e de publicidade para as cidades na questão de investimentos. Sobre isso, Gimenes (2006) diz que

uma iguaria gastronômica tradicionalmente preparada e degustada em uma região, que possui ligação com a história do grupo que a degusta e integra um panorama cultural que extrapola o prato em si. Esta iguaria, por reforçar a identidade de uma localidade e de seu povo, se torna muitas vezes uma espécie de insígnia local, fato que ganha importância dentro do contexto turístico (GIMENES, 2006, p. 4)

É preciso entender, porém, que, na candidatura, o aspecto econômico não tem preponderância sobre o cultural, sendo importante a manutenção deste e a condição de patrimônio social. Moser e Perini (2004) ressaltam que

a gastronomia vai além de um patrimônio imaterial à medida que estão implicados nela, não apenas saberes e fazeres, mas também ingredientes, a materialização que será consumida e deverá [re]produzir-se constantemente. É nessa dinâmica que reside a singularidade deste tipo de patrimônio (Moser e Perini, 2004, p. 6).

Na mesma direção, Brillat-Savarin (1995) ressalta o caráter interdisciplinar da gastronomia, ao dizer que

a gastronomia está ligada à história natural, através da sua classificação de bens alimentares; à física e à química, por via da investigação da composição das substâncias alimentares; à cozinha, enquanto arte de preparar comida e torná-la mais agradável ao paladar; ao comércio, através da compra e bem dos alimentos e afins; à política econômica, através dos recursos que são taxados e pelos meios de troca que são estabelecidos entre países (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p. 58).

Além disso, a candidatura ressalta que o poder público já considera a gastronomia como eixo criativo da cidade, fazendo com que o reconhecimento por parte da Unesco possa apenas trazer as facilidades e oportunidades que a rede pode oferecer. O documento enviado pelo poder público salienta ainda que as outras temáticas de Cidade Criativa também se encontram em Belo Horizonte, optando-se pela gastronomia apenas pela questão de identidade cultural.

3.5 O papel social e econômico da candidatura

Destacado anteriormente o papel cultural central da gastronomia na configuração da identidade do povo, faz-se necessário, de igual forma, salientar aspectos de outra natureza que estão conjugados com a candidatura de Belo Horizonte ao selo de Cidade Criativa. No dossiê entregue a Unesco, a importância da gastronomia em outros ramos da atividade social da cidade são apontados. Aliás, esse é um aspecto de grande valor a ser destacado, em razão da economia criativa ser algumas vezes interpretada como apenas algo ligado à cultura. É preciso pensar que o investimento em economia criativa abrange outros impactos na cadeia produtiva da cidade, e a identificação como Cidade Criativa traz perspectivas de resultados positivos na economia, estrutura urbana, patrimonial, e social da cidade.

Na dimensão econômica, segundo dados levantados pela Prefeitura de Belo Horizonte, por meio do programa Horizonte Criativo, o papel da Economia Criativa na cidade corresponde a 21,5% do total de empresas registradas, sendo que, desse total, 51,7% são de empreendedores individuais. O papel da cidade na Economia Criativa do estado também é destacado nesse estudo, que aponta que 22,8% dos empregos da área estão na capital. No nível nacional, a cidade ocupa a terceira posição em relação ao número de trabalhadores ocupando atividades criativas.

Em relação especificamente à gastronomia, o papel de destaque do setor no quesito econômico também se mostra importante. A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Abrasel, em estudo específico, traz que o setor movimenta anualmente em Belo Horizonte R\$ 4,5 bilhões, com o número registrado de 45.662 empresas atuando, colocando-se, portanto, como uma das três atividades de negócios mais importantes da cidade. Somente na questão dos bares são registrados 18.600 empresas, fazendo com que a cidade atinja o maior número de estabelecimentos por habitante no Brasil, recebendo, por isso, a alcunha de Capital Nacional dos Bares. Trazendo o papel de destaque da gastronomia, no que se refere à Economia Criativa, tem-se que a gastronomia compreende 40% dos empregos de Economia Criativa da cidade, e 23,3% do total do Estado de Minas Gerais. Sob a perspectiva de arrecadação, também se verifica importante quando o estudo aponta um crescimento de 90%, em cinco anos, de

2012 a 2017, do Valor Adicional Fiscal gerado pela atividade gastronômica da cidade, passando de R\$ 1.021.611.027 para R\$ 1.964.813.716.

Para se conseguir aproveitar todo o potencial possível de resultados positivos econômicos para a cidade, é necessária uma estrutura de eventos e recepção a turistas e moradores da cidade. Por isso, o poder público tem fortalecido algumas festividades e a própria comunidade tem reinventado algumas tradições, de modo a trazer mais força para Belo Horizonte. No ramo da Economia Criativa, o carnaval tem ganhado muita importância no calendário da cidade. No que se refere à gastronomia, há um calendário anual com mais de 70 eventos credenciados que acontecem nas mais diferentes regiões e estabelecimentos, bem como nas próprias vias públicas, favorecendo a questão da intervenção e ocupação urbana como um fator de integração e desenvolvimento social. Alguns dos festivais mais famosos que movimentam o setor são o Comida di Buteco, Expocachaça, Circuito Gastronômico das Favelas, Circuito Gastronômico da Pampulha, dentre outros. Além disso, toda uma estrutura é necessária para potencializar os efeitos, e é por isso que a cidade tem dado incentivos para ocupação de maior variedade de rede hoteleira, ampliado o número de equipamentos culturais como museus e praças; fortalecido o papel de patrimônio através do título fornecido pela Unesco de Patrimônio Cultural da Humanidade pelo conjunto arquitetônico da Pampulha, do que resultou o apontamento feito pelo Ministério do Turismo de cidade que mais ampliou a oferta de produtos turísticos, e a consideração, em pesquisa publicada pelo Instituto Datafolha, de ser a capital que melhor oferta atividades e consumo na área cultural.

Não obstante o destaque dado ao papel econômico do setor gastronômico em Belo Horizonte, evidenciado até aqui, o dossiê de candidatura também destaca outra área importante em que a gastronomia assume dentro da cidade: a questão social. Um dos compromissos que as Cidades Criativas precisam assumir é a inserção na Agenda 2030 da ONU, que ressalta uma série de objetivos sustentáveis, dentre eles o da erradicação da fome. Nessa dimensão, Belo Horizonte conta com uma estrutura no setor público responsável por programas de segurança alimentar que possui três pilares de atuação: fornecimento de refeições subsidiadas em restaurantes populares, oferta de alimentos saudáveis a baixo custo em sacolões e feiras de rua e promoção da agricultura familiar urbana. Além disso, algumas iniciativas promovidas pelo setor público também têm atuação importante em tratar a culinária e gastronomia como fundamento importante da

sociedade, seja na qualidade de vida ou mesmo na tentativa de redução da desigualdade, tais como: (1) o programa de Educação Alimentar, que capacita anualmente cerca de 10 mil alunos da rede pública municipal de ensino a promoverem melhores hábitos alimentares; (2) o EcoEscola BH, programa de educação ambiental que promove o conhecimento de alunos através do desenvolvimento de hortas alimentares; (3) o Programa Territórios Sustentáveis, que busca a promoção de sustentabilidade em ocupações urbanas através de hortas comunitárias; além de (4) uma rede de programas de capacitação das populações vulneráveis que oferecem cursos voltados à área de gastronomia e alimentação para ocupação de postos de trabalho. Os números alcançados por esses programas sociais na área de alimentação também têm expressividade, como demonstrado em levantamento feito pela Prefeitura de Belo Horizonte, em 2017, que traz os seguintes dados: 87 milhões de refeições servidas nos restaurantes populares, 179 toneladas de alimentos doadas através do Banco de Alimentos, 142 toneladas de alimentos adquiridos de programas de agricultura familiar e capacitação profissional de mais de 1000 pessoas.

Por fim, entender a perspectiva de compor a rede de cidades unidas em torno de um mesmo tema requer conhecer a rede interna de organização da cidade ao redor dessa temática. Por isso, a gastronomia em Belo Horizonte está inserida em um sistema de grande amplitude de atores, correspondendo ao setor público – os Poderes Executivo e Legislativo municipais e estaduais; ao setor privado, com os empresários, chefes, gastrônomos, investidores e produtores; a academia, representada pelas universidades e faculdades, sejam as voltadas para cursos específicos na área, sejam as que se debruçam em estudos sobre consequências e impactos do setor; e as entidades representativas e de classe como a Fiemg, Sebrae, Abrasel, CDL, dentre outras.

3.6 Resultado da candidatura e metas da Cidade Criativa

Esclarecidos os processos de candidatura para se inserir na Rede de Cidades Criativas e mostrados os critérios e argumentos elaborados no âmbito do dossiê, ressalta-se que o pleito de Belo Horizonte saiu vencedor. A Unesco anunciou, no fim de outubro, o

ingresso de mais 62 cidades na Rede de Cidades Criativas, dentre as quais Belo Horizonte, na área da gastronomia, em conjunto com Fortaleza, na área do design.

De imediato, o fato gerou satisfação nos atores integrantes do processo e intensa repercussão nas mídias, especialmente as de caráter regional. Contudo, embora ressaltados os aspectos positivos advindos da entrada na rede e da conquista do selo de Cidade Criativa, a expectativa é a de que o desafio de manutenção e valorização do título também se impõe, fazendo com que esse processo criativo possa se tornar um hábito da vida social, econômica, política e governamental da cidade.

Nessa direção, o prefeito da cidade, Alexandre Kalil, em entrevista à mídia local, disse que aproveitaria o título para geração de emprego. Nas palavras do presidente da Belotur, Gilberto Castro, também ouvido na reportagem, "[o] título passa a ser, na verdade, motivo de mais trabalho, pois o dossiê define objetivos de longo prazo. Há uma série de coisas a serem feitas, não só na troca de experiências a partir da rede criativa, mas também desenvolver programas que envolvam toda cadeia da gastronomia". Para o gastrônomo Leonardo Paixão, conceituado representante da área e nomeado simbolicamente como embaixador da candidatura de Belo Horizonte, a expectativa é de que o resultado "possa trazer algum tipo de mídia para atrair clientes. Com o tempo, todo o processo colaborativo da Unesco pode trazer uma série de benefícios, inclusive com a vinda de algum tipo de recurso que possa facilitar alguma ação no campo da gastronomia".

Dessa maneira, os ganhos de participação na rede se mostram em diversos pontos: (1) no próprio processo de candidatura, que permitiu mapeamento de indicadores e da cadeia produtiva; (2) na articulação entre setores privados e públicos; (3) no resultado que confere um título referência para a cidade; (4) na participação na rede e todas as possibilidades de gestão e cooperação que essa posição traz; (5) na permanência do título e na rede, que traz uma série de compromissos e metas para o futuro, permitindo à cidade ostentar a criatividade como elemento central de sua estruturação.

Esse estabelecimento de metas e objetivos futuros é condição determinante do processo de candidatura, que constaram no dossiê entregue à Unesco. Essa condicionante é importante como ferramenta de gestão da cidade, pois permite o estabelecimento de um planejamento estratégico eficiente com o desenho de metodologias para o alcance dos objetivos, cronogramas, indicadores de monitoramento e uma correta aproximação de

diagnóstico das eventuais dificuldades a serem superadas. Dessa forma, o primeiro passo foi a colocação de dificuldades detectadas ao longo do processo de candidatura, especialmente nos eventos, seminários e oficinas promovidas pelo poder público, aos quais derivam igualmente oportunidades de desenvolvimento. Dentre esses pontos, podem-se citar (1) a dificuldade de mão de obra especializada gerando a perspectiva de ampliação da formação técnica neste campo; (2) a sistematização de um roteiro gastronômico podendo aumentar o número de eventos relacionados à experiência gastronômica; (3) a distância no relacionamento entre empreendedores e fornecedores podendo gerar o fortalecimento do papel de uma Frente da Gastronomia; e a (4) gentrificação de determinadas localidades, que pode gerar oportunidades de descentralização de projetos e atividades relacionadas ao ramo.

Do mesmo modo, o compromisso de permanência na rede depende igualmente da confiança no cumprimento e ampliação da criatividade como eixo central de atuação governamental e também da valorização do setor ao qual a cidade ganhou o selo, neste caso a gastronomia, como elemento principal da identidade cultural e econômica da cidade. Por isso, a exigência que a cidade insira outras metas e objetivos detalhados no caso de Belo Horizonte no desenho de seis projetos de gestão, nos quais o governo atuará em consequência da escolha da cidade no título almejado. Os seis projetos citados são: Horizonte Criativo; Gastronomia Sustentável; Programa Panela; Rota Modernista; Revista alimenta; Seminário Cidades e Destinos Inteligentes. Para todos esses projetos, foram previstos objetivos, metas, desafios a serem enfrentados e resultados esperados.

Cabe destacar, por fim, que o planejamento de gestão e integração na rede contempla aspectos destacados no dossiê de candidatura que ressaltam o papel importante da gastronomia na cidade em várias camadas, tal como dito anteriormente, bem como na convergência e construção de uma cidade que atinja também outros objetivos além da criatividade, como a inteligência e a sustentabilidade, levando, por fim, à redução das desigualdades e à construção de um ambiente mais justo.

4 CONCLUSÃO

A pretensão deste trabalho é o estabelecimento de um debate sobre tendências da gestão pública, de forma a chamar atenção para possibilidades, metodologias e questões que se impõem, como a prestação de serviços públicos à sociedade de forma eficiente, respeitando os critérios democráticos e em busca de um ambiente menos desigual. Da mesma forma, a gestão pública também não pode prescindir de seu papel e posição histórica e de formação, fazendo com que esse conhecimento a torne mais forte e cientificamente alicerçado.

Dito isso, o trabalho traz à luz, com a ajuda importante de outros referenciais teóricos antecessores, pontos importantes, como a inovação, gestão em rede, Economia Criativa e gestão urbana. Na compreensão de cada um isoladamente, construiu-se o arcabouço argumentativo do papel de destaque e necessidade dos fatores para a administração. No mesmo sentido, em outros momentos buscou-se o modo como esses conceitos se interconectam para reforçar a importância desse debate.

Ao mesmo tempo, a argumentação teórica adquire maior substância quando se consolida na exemplificação prática de suas evidências, e é isto que se buscou ao referenciar a ligação entre esses termos aos exemplos da Rede de Cidades Criativas da Unesco e, mais especificamente, à candidatura da cidade de Belo Horizonte ao ingresso na referida rede pela área de gastronomia.

Destaca-se, ainda, que mesmo que estes sejam temas novos, no que se refere à gestão pública, a prática não se afasta de metodologias e pensamentos já estabelecidos, e é por isso que o trabalho iniciou-se destacando a importância da estratégia de gestão em rede de políticas, incluindo diferentes níveis de governo e setores, configurada empiricamente na Rede de Cidades Criativas, um componente do modelo de governança pública, que é uma inovação relativamente recente na administração pública.

Ainda por referência às estratégias e atividades da gestão pública, o relato da construção da candidatura da cidade de Belo Horizonte à Rede de Cidades Criativas da Unesco mostra a importância de outras ferramentas comuns nas rotinas da administração pública, cuja importância tem sido sobremaneira destacada pelo modelo gerencialista, como o diagnóstico do projeto e da conjuntura; a definição de metas, diretrizes; o

planejamento estratégico para alcançar resultados; as formas de monitoramento e avaliação.

A conclusão que se pretende, nesse sentido, é apontar caminhos para a gestão pública na utilização de ferramentas e no intercâmbio de ideias com outras áreas, com base em questões inovadoras e transformadoras. Do mesmo modo, destaca-se a questão urbana como ambiente propício de mudanças positivas, dado que é onde as possibilidades acontecem de forma mais rápida e próxima do cidadão, inclusive estabelecendo uma Economia Criativa, que abre possibilidades amplas para o desenvolvimento econômico e social.

Outro eixo importante de conclusão são as possibilidades de integração em uma rede de cooperação e gestão. Embora a rede aqui relatada promova em seu interior o respeito à diversidade e independência dos entes que a constituem, o fato a ser destacado é que um ente organizador pode funcionar como um catalisador de boas ideias, bem como um facilitador da troca de informações. Como dito pela diretora da Unesco no anúncio das candidaturas contempladas no ano de 2019, Audrey Azolay, "Em todo o mundo, essas cidades, cada uma a seu modo, fazem da cultura o pilar, e não um acessório, de sua estratégia".

Por fim, fica o trabalho como referência sobre eventuais questões que possam surgir futuramente, bem como de possibilidades contínuas de estudos e ampliação dos focos e demandas para a gestão pública. O dever é sempre prestar apoio à eficácia dos resultados e à garantia democrática de acesso aos mesmos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA DE MINAS GERAIS (org.). **Radar Economia Criativa Em Minas Gerais**: Uma publicação do Observatório P7 Criativo. Volume 1. ed. Belo Horizonte, Outubro 2018. Disponível em: <http://www.sebraemg.com.br/diversos/web/sebraenoticias/Radar%20da%20Economia%20Criativa.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2019.

BELLÓN, Francisco Menchén. La creatividad transforma la ciudad: Hacia la búsqueda de la ciudad creativa. **Revista Creatividad y Sociedad**, [s. l.], v. 15, n. 10, 2011. Disponível em: <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/17/2%20la%20creatividad%20transforma%20la%20ciudad.docx.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2019.

BELOTUR. **Laboratório de Inovação Em Turismo**: Estudo de Viabilidade. 1. ed. Belo Horizonte: Studio Link Editoração, 2018. 72 p. ISBN 978-65-80075-00-3. <https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/programas/E-book%20-%20Estudo%20de%20Viabilidade.pdf>.

BID (org.). **Construyendo Gobernanza Metropolitana**. Chile: Felipe Vera, Francisca Rojas, 2019. Disponível em: <https://publications.iadb.org/es/construyendo-gobernanza-metropolitana>. Acesso em: 7 nov. 2019.

BRASIL. *Constituição Federal de 1988*. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA BUROCRÁTICA À GERENCIAL. **Revista do Serviço Público**, Rio de Janeiro, v. 47, 1996. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/papers/1996/95.admpublicaburocraticaagerencial.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2019.

CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. As Cidades Como Atores Políticos. **Novos Estudos**, CEBRAP, n. 45, p. 152-166, 1996. Disponível em: [http://forumeja.org.br/sites/forumeja.org.br/files/CASTELLS,%20Manuel%20%20BORJA,%20Jordi.%20As%20cidades%20como%20atores%20pol%C3%ADticos.%20Novos%20Estudos.%20CEBRAP%20N.%C2%BA%2045,%20julho%201996.%20\(pp.152-166\)_0.pdf](http://forumeja.org.br/sites/forumeja.org.br/files/CASTELLS,%20Manuel%20%20BORJA,%20Jordi.%20As%20cidades%20como%20atores%20pol%C3%ADticos.%20Novos%20Estudos.%20CEBRAP%20N.%C2%BA%2045,%20julho%201996.%20(pp.152-166)_0.pdf). Acesso em: 7 nov. 2019.

CIDADES E DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES, 2., 2019, Prefeitura de Belo Horizonte. **Seminário** [...]. Belo Horizonte: [s. n.], outubro de 2019.

CIDADE Criativa como possibilidade de desenvolvimento local. Produção: Rose Meusburger. YouTube: TEDxRioPiracicaba, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9FIQT4Oj2dA>. Acesso em: 7 nov. 2019.

COSTA, Pedro; SEIXAS, João; SEIXAS, Ana Roldão. Das Cidades Criativas à Criatividade Urbana?: Espaço, Criatividade e Governança na Cidade Contemporânea. **Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde**, Cabo Verde, 2009. Disponível em: <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2028/97A.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2019.

DESTINOS Turísticos Inteligentes. Produção: Marta Poggi. [S. l.]: Turismo Paulista, 2018. YouTube. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Cd_vL01qtXU. Acesso em: 7 nov. 2019.

FLORIDA, Richard. **Who's Your City?:** How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life. Toronto: Basic Books, 2002. 384 p. ebookKindle.

FREY, Klaus. Governança Urbana e Participação Pública: inovação tecnológica no meio urbano. **RAC-Eletrônica**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 136-150, 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Klaus_Frey/publication/26503623_Governanca_Urbana_e_Participacao_Publica/links/05b2937a584eee4807d3745f.pdf. Acesso em: 7 nov. 2019.

GIRARDI, Queren. **Gastronomia Como Estratégia para o Desenvolvimento na Cidade Criativa:** os Casos de Parma e Florianópolis. Orientador: Fabiana Mortimer Amaral. 2019. 35 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso superior de tecnologia em Gastronomia) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Santa Catarina, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/998/Queren%20Girardi%20TCC%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 7 nov. 2019.

GONÇALVES, Aline. Belo Horizonte é eleita Cidade Criativa da Unesco pela gastronomia: As cidades de Diamantina e Cataguases (pelo campo da música e do cinema, respectivamente) também concorreram, mas não foram contempladas. **O TEMPO**, Belo Horizonte, 30 out. 2019. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/gastro/belo-horizonte-e-eleita-cidade-criativa-da-unesco-pela-gastronomia-1.2255996>. Acesso em: 7 nov. 2019.

GRANADOS, Cristian. Pachuca ¿Ciudad creativa?: Análisis referencial con Barcelona. [s. l.], 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/292115746_Pachuca_Ciudad_creativa_Analisis_referencial_con_Barcelona/citation/download. Acesso em: 7 nov. 2019.

HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia Sanmartin. Zona Portuária do Rio de Janeiro: entre as “conchas vazias” e a potencialidade das dinâmicas criativas urbanas

cotidianas. **Intercom**, São Paulo, v. 41, p. 21-40, 2018. DOI 10.1590/1809-5844201811. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v41n1/1809-5844-interc-41-1-0021.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2019.

MENDONÇA, Ana Carolina; LIMA, Déborah; RONAN, Gabriel. Entenda o que o título de Cidade Criativa na gastronomia significa para BH: Capital é reconhecida pela Unesco e passa a integrar rede mundial, em processo que distinguiu também Fortaleza, pelo design. Resultado coloca a representante mineira em restrito grupo internacional. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 31 out. 2019. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2019/10/31/interna_gerais,1097241/entenda-o-que-o-titulo-de-cidade-criativa-na-gastronomia-para-bh.shtml. Acesso em: 7 nov. 2019.

MINISTÉRIO DA CULTURA (org.). **Em gráfico, veja a importância da indústria criativa para o crescimento da economia**: Atividades culturais contribuem para o desenvolvimento, gerando emprego e renda. [S. l.], Novembro 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/especial-publicitario/cultura-gera-futuro/noticia/2018/11/08/em-grafico-veja-a-importancia-da-industria-criativa-para-o-crescimento-da-economia.ghtml>. Acesso em: 7 nov. 2019.

PECCINI, Rosana. A Gastronomia e o Turismo. **Revista Rosa dos Ventos**, [s. l.], p. 206-217, 2013. Disponível em: http://ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1734/pdf_114. Acesso em: 7 nov. 2019.

PIEKAS, Andrezza Aparecida Saraiva; BERNARDY, Rógis Juarez; SEHNEM, Simone; FABRIS, Juliana. Aspectos legais e percepções sobre as estratégias para cidades inteligentes e criativas: estudo da cidade de Chapecó.**urbe.Revista Brasileira de Gestão Urbana**, [s. l.], p. 197-211, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/urbe/v10s1/2175-3369-urbe-2175-3369010SUPL1AO11.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2019.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. **Cidade Criativa da Gastronomia**. Belo Horizonte: Ebook, 2019. 103 p. <http://portalbelohorizonte.com.br/ebook-pt>.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. **Entenda como Belo Horizonte se tornou Cidade Criativa da Gastronomia pela Unesco**. Belo Horizonte, 31 out. 2019. Disponível em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/noticias/entenda-como-belo-horizonte-se-tornou-cidade-criativa-da-gastronomia-pela-unesco>. Acesso em: 7 nov. 2019.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas: Da teoria à prática**. São Paulo: SESI-SP, 2012. 236 p. ISBN 978-85-65025-49-2.

ROSAS, María Cristina. **Ciudades Creativas**. [S. l.], 14 set. 2018. Disponível em: <https://www.alainet.org/es/articulo/195337>. Acesso em: 7 nov. 2019.

SARUE, Betina. Quando grandes projetos urbanos acontecem? Uma análise a partir do Porto Maravilha no Rio de Janeiro. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 61, n. 3, p. 581-616, 2018. DOI 10.1590/001152582018168. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582018000300581&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 7 nov. 2019.

TOM FLEMING CONSULTORIA. Economia Criativa Brasileira: Análise da Situação e Avaliação do Programa de Empreendedorismo Social e Criativo Financiado pelo Newton Fund. [S. l.], 2018. Disponível em: https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brasil_economia_criativa_online2.pdf. Acesso em: 7 nov. 2019.

UNESCO. Building a Collective Vision For The Future Strategic Framework. *In*: UNESCO (org.). **UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK (UCCN)**. Paris, 2017. Disponível em: https://fr.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/strategic-framework_uccn_eng_20170705_vf_no_budget.pdf. Acesso em: 7 nov. 2019.

UNESCO. **Creative Cities**. Paris, 2019. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/>. Acesso em: 7 nov. 2019.

UNESCO. Creative Cities Network: Reporting & monitoring. *In*: UNESCO (org.). **Creative Cities Network**: One of the main objectives of the UNESCO Creative Cities Network (UCCN) is to function as a laboratory of ideas and innovative experiences intended to capitalize on the full potential of culture and creativity for sustainable urban development.. Paris, 2019. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/reporting-monitoring>. Acesso em: 7 nov. 2019.