



# espacio abierto

Cuaderno Venezolano de Sociología



## ***En foco: América latina. “Progresismo” y “restauración conservadora”***

Auspiciada por la International Sociological Association (ISA),  
la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)  
y la Asociación Venezolana de Sociología (AVS)

Vol.27  
Enero - Marzo  
2018

1



# **As cidades criativas: uma mirada sobre as iniciativas artísticas, criativas e culturais de Ivoti,RS, Brasil**

*Luciano Schmitz, Marcelo Noronha De Mello, Marsal Ávila Alves Branco, Mary Sandra Guerra Ashton\**

---

## **Resumo**

O conceito de cidades criativas é definido como um processo conjunto entre a criatividade, a cultura e a cidade, capaz de transformar continuamente as suas estruturas socioeconômicas com base na criatividade do seu povo, ao serem combinadas com suas singularidades culturais. Desse modo, o estudo propõe uma reflexão sobre as iniciativas artísticas, criativas e culturais nas diferentes comunidades da cidade de Ivoti, RS, de acordo com o conceito de cidades criativas desenvolvido pelos autores do referencial teórico. Para tanto, a partir do Plano da Secretaria da Economia Criativa, delimitou-se o Escopo dos Setores Criativos do Ministério da Cultura (2011), do qual se propôs uma relação com as iniciativas reconhecidas pelo departamento municipal correspondente. Assim, utilizou-se o método de pesquisa exploratória descritiva e qualitativa, que incluiu procedimentos metodológicos como revisão bibliográfica baseada em autores sobre o conceito de cidades criativas apontado por Marinho (2009), Reis e Marco (2009), Reis e Kageyama (2011), Reis (2012), Vivant (2012) e Landry (2013), pesquisa de campo que

Recibido: 15-02-2017 / Aceptado: 06-10-2017

\* Universidade Feevale, Novo Hamburgo/RS, Brasil  
E-mail: lucianos@feevale.br noronha@feevale.br / marsal@feevale.br marysaga@feevale.br

contou com entrevistas junto ao poder público de Ivoti, RS, coleta de informações via internet e in loco, em que realizou-se um levantamento sobre as iniciativas artísticas, criativas e culturais no município. Entre os resultados observou-se que Ivoti, RS possui iniciativas convergentes ao conceito de cidades criativas conforme proposto pelos autores pesquisados, bem como potencial para desenvolver-se como uma cidade criativa.

**Palavras-chave:** Arte e cultura; cidades criativas; setores criativos, indústria criativa; economia criativa; Ivoti, RS.

## Creative cities: a look on the artistic, creative and cultural initiatives of Ivoti, RS, Brazil

---

### **Abstract**

the concept of creative cities is defined as a joint process between creativity, culture and the city, able to continuously transform their socioeconomic structure based on the creativity of its people, combined with their cultural singularities. In this way, the paper offers a reflection of the artistic, creative and cultural initiatives in different communities of the city of Ivoti, RS, according to the concept of creative cities developed by the authors of the theoretical reference. Therefore, the Creative Economy Plan of the Ministry of Culture, delimited to the Scope of the Creative Industries (2011), which proposed a relationship with the initiatives recognized by the corresponding municipal departamento. Thus, it was used the method of descriptive and exploratory qualitative research that included methodological procedures as author-based literature reviewing on the concept of creative cities appointed by Marino (2009), Reis and Marco (2009), Reis and Kageyama (2011), Reis (2012), Vivant (2012) and Landry (2013), field research that included interviews with Department of Culture and Tourism of Ivoti, RS, information gathered via internet and on-site carried out a survey of the artistic, creative and cultural initiatives in the city. Among the results it was observed that Ivoti, RS initiatives have converged to the concept of creative cities proposed by the researched authors, as well as has potential to develop as a creative city.

**Keywords:** Art and culture; creative cities; ctive sectors, recreative industry; creative economy; Ivoti, RS.

## 1. Introdução

Ao relacionar iniciativas artísticas, criativas e culturais nas diferentes comunidades de Ivoti, RS, partiu-se de Reis e Marco (2009) para abordar o conceito de cidades criativas, que seria aquela que tem capacidade de transformar constantemente a sua estrutura socioeconômica, baseada na criatividade de seus habitantes, por meio de uma aliança entre as suas singularidades culturais e vocações econômicas. Nesta perspectiva, em uma economia criativa, ao se considerar que “as transformações nas formas de produção, consumo e convivência social nas sociedades modernas têm no conhecimento e na criatividade sua base dinamizadora” (MINC, 2011: 9), os campos do escopo dos setores criativos “constituem fator de altíssima relevância no desenvolvimento social, econômico e político de um país” (MINC, 2011: 9). É importante considerar o engajamento entre as pessoas e os espaços urbanos, visto que tal processo gera uma profunda conexão entre sua identidade e a essência da cidade (REIS; KAGEYAMA, 2011).

A escolha do município de Ivoti, RS deu-se em função do seu potencial cultural e por sua localização na região do Vale dos Sinos. A memória da imigração alemã e japonesa é parte do seu legado imaterial e material, que contribui para o fortalecimento turístico na região, em função do representativo acervo patrimonial, histórico e cultural da cidade. Ivoti, RS destaca-se pela valorização e preservação do legado cultural histórico desta comunidade, como é o caso das antigas casas construídas por imigrantes, em estilo enxaimel<sup>1</sup>. Culinária, artesanato, língua, arquitetura, eventos, dança e outros costumes, também podem ser vivenciados neste município que compõe a Rota Romântica, caminho colonial localizado na serra ao norte do Estado e corta o interior deste município e de municípios vizinhos (DHEIN, 2012: 14-15).

Neste artigo, além de tratar de uma revisão teórica sobre o conceito de cidades criativas, é realizado um estudo teórico e empírico por meio da pesquisa de campo, em que procurou-se identificar em Ivoti iniciativas artísticas, criativas e culturais, a partir do Escopo dos Setores Criativos (MINC, 2011: 21), relacionando o levantamento realizado com as iniciativas reconhecidas pelo poder público local. Entre os resultados parciais, observou-se que Ivoti possui iniciativas artísticas, criativas e culturais, convergentes ao conceito de cidades criativas, indicativo de que há uma aproximação teórica-empírica em relação ao tema investigado.

1 O termo denomina a construção de casas que são utilizadas madeiras com encaixes para formar estruturas rígidas, e depois de ser colocado o telhado, seus vãos são preenchidos com taipas, barro e/ou tijolos (ENXAIMEL, [2013?]).

## 2. Metodologia

Como procedimentos adotados, partiu-se de uma revisão bibliográfica por meio de pesquisa exploratória descritiva e qualitativa (PRODANOV; FREITAS, 2013), com a finalidade de conceituar as cidades criativas, em que utilizou-se autores como Marinho (2009), Reis e Marco (2009), Reis e Kageyama (2011), Reis (2012), Vivant (2012) e Landry (2013). Também realizou-se uma pesquisa de campo, processo que envolveu uma entrevista elaborada a partir de um roteiro semiestruturado, aplicada junto ao Departamento da Cultura e do Turismo de Ivoti, RS (com gestores e agentes públicos), entre os dias 27/06/2015 e 02/07/2015.

Para complementar o objetivo proposto, também se fez um levantamento de informações na internet, a partir de canais oficiais da prefeitura de Ivoti, como *sites* e redes sociais utilizadas para divulgação de atividades relacionadas à temática desse estudo.

Quanto a delimitação de pesquisa de iniciativas artísticas, criativas e culturais de Ivoti, RS, utilizou-se o Escopo dos Setores Criativos (MINC, 2011: 21)<sup>2</sup>, definidos a partir dos seguintes campos: patrimônio, expressões culturais, artes de espetáculos, áudio visual e livro, da leitura e da literatura, e das criações funcionais. Assinala-se que, durante a pesquisa exploratória, também localizou-se indicadores voltados para medir e monitorar cidades criativas nas seguintes bibliografias: o Índice da Cidade Criativa, criado por Landry e Hyams (LANDRY, 2013: 65)<sup>3</sup>; e, o Índice de Criatividade das Cidades, desenvolvido pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO SP, 2012a; 2012b, online)<sup>4</sup>. Todavia, optamos pela adoção de indicadores reconhecidos e adaptados pelo Ministério da Cultura, elemento empírico compreendido

- 2 O Plano da Secretaria da Economia Criativa foi desenvolvido pelo Ministério da Cultura (MINC), a partir de textos de autores e especialistas como: Celso Furtado, Oswaldo de Rivero, Pablo Ortellado, Allan Rocha de Souza, Roberto Freitas Filho, Marcos Wachowikz, Roberto Fragalle Filho, Humberto Cunha, Tânia Bacelar Araújo, Isaura Botelho, Paulo Míguez, César Ricardo Siqueira Bolaño, Enrique Jeronimo Saravia, Ana Carla Fonseca Reis, Frederico Barbosa, Cristina Pereira de Carvalho Lins, Jurema Machado, Adolfo Melito, Lala Deheinzelin, Lia Calabre, Francisco Humberto Cunha, Carlos Lopes, Adolfo Menezes Melito; e, de conceitos e modelos de instituições como: ONU, UNCTAD, PNUD, UNESCO, BNDES, IBGE, FIRJAN, RAIS, BNDES, CEF, Banco do Brasil, do Nordeste e da Amazônia, Petrobras, Eletrobras, Correios, Furnas, CHESF, SEBRAE, SENAC, CNI, SESI, SESC, UNITAR, OEI, FINEP, CNPq, APEX, Equipe da SEC, CNPC; ministérios: MDIC, MTE, MJ, MMA, MTR, ME, MC, MCTI, MEC, MRE, MCID, MDCE, Gabinete da Presidência; secretarias: SAE, SPM, SECOM, SEMPE, SPC, SAV, SCDC, SEFIC, FUNARTE, IPHAN, IBRAM, Fundação Cultural Palmares, Fundação Casa de Rui Barbosa, DRI, representações regionais, secretarias estaduais e municipais de cultura: 21 estados e 13 municípios.
- 3 Direcionado por dez domínios, a proposta consultiva dos autores visa avaliar por meio de uma grande quantidade de perguntas aspectos diversos, dentre os quais, pode-se afirmar que este artigo atende em boa parte ao segundo indicador, que representa as características distintivas, a diversidade, a vitalidade e a expressão de uma cidade.
- 4 Visa analisar o potencial criativo de uma cidade através das condições sociais, econômicas e de emprego destas, diferentemente da proposição deste artigo, que visa identificar iniciativas potenciais de uma cidade criativa.

como relevante para este estudo, uma vez que, esta é a proposta adotada como política pública da Secretaria de Economia Criativa<sup>5</sup>.

Os dados obtidos foram analisados conforme proposta de Bardin (2011), por meio dos seguintes passos: 1) pré-análise, que neste estudo baseou-se nos autores citados; 2) exploração do material, em que foi realizada a identificação dos campos relacionados à delimitação, a partir do levantamento de dados, pesquisa in loco e entrevistas; 3) tratamento dos resultados obtidos, realizado por meio do enquadramento das iniciativas identificadas com os campos relacionados na delimitação; e, 4) inferência e interpretação, através de análise e comparação entre o conceito de cidades criativas e o levantamento realizado pelo escopo definido.

### **3. Cidades Criativas: Identidade, Cultura e Inovação**

Para se chegar à correlações do conceito de cidades criativas com as iniciativas artísticas, criativas e culturais de uma cidade, adota-se inicialmente, o que Landry (2013) desenvolveu quanto às transformações que um ambiente urbano pode trazer, e, que diante da complexidade do tecido humano que se apresenta, não pode haver uma atitude de conformidade. Ao contrário, uma vez que os modos de funcionamento de uma cidade refletem em sua cultura elementos essenciais da personalidade que elas têm, merecem uma capacidade criativa maior, afim de incentivar e legitimar o uso dessa criatividade dentro das esferas pública, privada e comunitária. Conforme o autor sugere, cidades criativas precisam ser mais resilientes e sustentáveis, rompendo positivamente barreiras e adversidades, por meio de um processo de adaptação e evolução criativa. A solução que o autor (ibid.) aponta, centra-se na mudança de mentalidade, que deve estar disposta a reavaliar as coisas abertamente de forma flexível e criativa, a fim de alavancar novas perspectivas de futuro geradas a partir da valorização da cultura local. Logo, compreende-se que

A cidade criativa é um sentimento [...]. É um [...] movimento, [...] de energia; [...] em repouso, [ou] aguardando para ser liberada, [...] “eletricidade solta”, que estimula seus cidadãos. Tanto cidades grandes quanto pequenas podem ter esse ambiente. [...] A cidade se torna criativa ao dar vazão a um conjunto de condições, por meio das quais [...] pequenos atos podem acontecer e vão se somando mais rápido do que os problemas que lhes fazem de contraponto. (KAGEYAMA, 2009: 55-56).

5 Durante a revisão deste artigo, verificou-se que a Secretaria da Economia Criativa (SEC) do MINC foi extinta, conforme aponta Cláudia Leitão (AGENCIA SENADO, 2015, online; LEITÃO, 2015, online), e pela identificação de sua aparente substituição pela Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural (MINC, 2015, online). Entretanto, o MINC não deixa transparente tal processo de transição: institucional, organograma, fale-com-o-minc e economia-da-economia-criativa-sec (MINC, [2016~a]; [2016~b]), tal como o contato da SEC (61) 2024-2818 / 2942, sendo que, inclusive, identificou-se a SEC referenciado como unidade administrativa com um limite de movimento no valor de R\$ 570 mil reais para concessão de diárias e passagens no exercício de 2016 (DOU, 2016, online).

Ao ressaltar a importância em repensar o papel e a finalidade das cidades, em termos econômicos, culturais e sociais, Landry (2013) indica a urgência em rever como administrar sua crescente complexidade. Aponta a necessidade de uma nova abordagem para que sejam criadas oportunidades interessantes, por meio da curiosidade, imaginação e criatividade de seus membros, para que possam desenvolver conjuntamente invenções na resolução de problemas urbanos incontroláveis. Ao que acrescenta, para a cidade reagir de forma apropriada faz-se necessário uma infraestrutura, além do *hardware*, com funcionalidades nos diferentes fluxos e estruturas. Logo, o autor (ibid.) sugere que o elemento essencial para esta transformação, centra-se em seu *software*, como reflexo de como as comunidades se sentem, intuem, interagem, se identificam e veem oportunidades de se desenvolverem aproveitando suas habilidades e talentos.

A criatividade, matéria-prima e base de valor, dependerá de um senso de apropriação que empoderem os cidadãos a partir de soluções próprias, a fim de rever como as dificuldades são vistas. Conforme indica (ibid.), somente a partir da liberação da criatividade dos cidadãos, das organizações e da cidade, é que pessoas comuns poderão fazer o extraordinário acontecer, ao terem a chance de que um processo democrático potencializador se instaure, por meio da delegação de poderes, em um contexto de imaginação aplicada. Assim,

a criação de poder, riqueza, prosperidade e o acesso das pessoas à felicidade estarão relacionados a novos modelos de desenvolvimento, baseados em aspectos qualitativos, [...] nossa viabilidade como espécie depende de um novo modo de entender o desenvolvimento, no qual a criatividade tem papel fundamental para [os] desafios da humanidade. (PARDO, 2009: 88).

Para provocar transformações, Howkins (2009) destaca a necessidade de uma ecologia criativa, envolvendo a integração de quatro elementos: diversidade, mudança, aprendizado e adaptação. Já Pardo (2009) indica que não estamos diante de uma crise econômica, mas sim, de uma mudança de paradigmas relacionada à desafios ambientais, demográficos e culturais, baseado em um modelo de crescimento quantitativo e especulativo, que considerava apenas o emprego, a exploração e o aumento da demanda, excedendo os limites da capacidade do planeta.

Conforme Martins (2009), os 3 Cs de Landry mostram-se imprescindíveis neste contexto de cidade criativa, sendo estes: (1) Cultura, enquanto identidade da cidade, seu patrimônio, seu passado e a imagem que esta projeta no seu presente e induz seu futuro; (2) Comunicação, enquanto modelos de aproximação (físicos, tecnológicos) dos seus habitantes e minimização dos conflitos e afastamentos; e, (3) Cooperação, enquanto interação e aceitação explícita da diversidade. Para Landry (2013), o ambiente construído é crucial para criar um meio social, pois depende de um ambiente físico diverso, o qual promova a sociabilidade, o intercâmbio e a mistura para maximizar seu potencial, visto como aceleradora de oportunidades, ou seja, condições físicas ou uma plataforma para o meio social criativo gerar um fluxo de ideias e invenções. Essa mudança de mentalidade deve ser vista mais como um processo do que um plano não estático, mas dinâmico,

continuamente alerta e estrategicamente ágil. E, ao que acrescenta Kageyama (2009), para se atingir esse ponto de ruptura, faz-se necessária uma camada extra de liderança formada por ativistas urbanos e agentes de mudança,

[...] por necessidade, quando o sistema falha em responder às suas necessidades [...] agem de modo muito localizado, mas ao verem que não precisam de permissão para agir e que podem fazer a diferença, eles começam a impor sua vontade a outras áreas. Quando [...] atuam em rede, seu impacto cresce, sua confiança aumenta e eles inspiram outros agentes de mudança em suas comunidades. (KAGEYAMA, 2009: 57-58).

Uma cidade criativa requer uma mentalidade que ofereça condições para as pessoas tornarem-se agentes da mudança em vez de vítimas, ao utilizarem qualidades como inteligência, capacidade inventiva e aprendizado ao longo do caminho. Do contrário, há uma tendência dessa mentalidade se tornar estreita, sem imaginação e inflexível (LANDRY, 2013). A cidade criativa,

[...] é um sistema social, cultural e econômico de natureza urbana, no qual a criação de oportunidades, prosperidade e riqueza está baseada na habilidade de gerar valor com a força de ideias, informação, conhecimento e talento. (PARDO, 2009: 88).

Verifica-se que o valor agregado nas cidades criativas ocorre por meio de ações voltadas para a diversidade cultural, que enriquece o capital simbólico pela criatividade e inovação. Dessa forma, gera-se consumo de bens culturais que promovem renda, inclusão e desenvolvimento humano. Considera-se ainda, que quase um terço dos ativos nas economias ocidentais são pertencentes a classe criativa, dominante numérica, econômica, social e cultural (Florida, 2011). Logo, a transformação socioeconômica passa a ocorrer por meio da valorização, potencialização e multiplicação intangível da produção e do consumo de bens culturais e sua riqueza simbólica. Assim, torna-se importante viabilizar uma sistemática que atenda às necessidades dos meios de produção, circulação e consumo de experiências culturais. Ao que ressalta Reis (2009), para compreender a criatividade no espaço urbano, a cidade deve ser vista como um ser vivo em constante mutação, pois sua formação é concretizada por pessoas e suas relações físicas, sociais, culturais e econômicas. Neste contexto, aponta que a criatividade

[...] impulsiona a busca de novos arranjos de governança entre público, privado e sociedade civil; de formas alternativas de financiamento (mais voltadas ao capital de conhecimento do que às garantias físicas); de inovações na gestão da cidade; de valorização da criatividade; e de busca de modelos colaborativos, nos quais todos ganham (ao invés de competitivos, nos quais um ganha no curto prazo e todos perdem). (REIS, 2009: 240).

Ao que indica Reis (2012), nunca antes se discutiu tanto a cidade e suas problemáticas, mesmo que estas apresentem-se intransponíveis a desafios próprios. Dinamismo e capacidade de reinventar-se permitiria alinhar o tecido urbano para possíveis expansões



e retrações, de forma que questões estruturantes como educação e o acesso à tecnologia e mobilidade, estimulem o engajamento e proporcionem elos fortes para que os habitantes apropriem-se da cidade. Assim,

[...] expandir os mapas mentais e afetivos que cada um de nós faz de sua cidade a torna una. Cuidar do micro, sentindo-se parte do macro. E esse deslocamento do olhar, da parte para o todo, do produto para o processo, da criatividade individual [e] dos mapas individuais para os coletivos, que içe as velas da cidade criativa. (REIS, 2012: 152).

Pode-se dizer que, nas cidades criativas, ocorre uma inversão de valores em relação as cidades industriais e pós-industriais, em que o consumo de bens simbólicos prevalece sobre o consumo de bens materiais, o que gera impacto econômico e cultural, visto que os ativos criativos promovem crescimento e desenvolvimento. Todavia, a mudança de *software*, ou seja, a mentalidade relacionada a uma cidade criativa, conforme sugerem os autores estudados, parece exigir um esforço comunal, uma vez que há necessidade de um engajamento por parte de muitos atores inseridos em comunidades e áreas diversas, uma complexidade ímpar que, sobretudo, depende de um processo de transformação cultural intenso e profundo. Tal processo, parece estar muito distante da realidade brasileira, visto que também envolve instâncias políticas conectadas aos interesses que devem partir de todos em prol de todos.

Pardo (2009) ressalta que, a cidade criativa deve se voltar para a cultura da inovação. No fator cultural das comunidades como dimensão a social, indica a necessidade de um estímulo natural para promoção de talentos individuais e coletivos, base para a cooperação estratégica entre agentes econômicos, sociais e culturais. Enquanto Verhagen (2009), reforça que a cidade criativa deve ser limpa, verde e segura, mas acima de tudo, deve compor uma identidade distintiva e atividades suficientes para oferecer aos moradores algo que lhes deixem orgulhosos.

Conforme sugere Marinho (2009), a cidade criativa é um conceito ainda em formulação. Apresenta características diversas que estimulariam uma economia específica, baseada na cultura e na tecnologia, com a diferença que o conhecimento (criatividade e capital intelectual) se tornariam os principais recursos de produção, pois seriam inesgotáveis. Logo, ao incentivá-los, seria possível gerar potencial de desenvolvimento com estímulo de serviços, do turismo, da moda, das mídias, do entretenimento e de centros tecnológicos. Lerner (2009) sugere que embora nem todas as cidades sejam criativas, todas têm esse potencial, visto que, em essência, dependem da mobilização dos esforços de seus cidadãos com habilidades para construir e realizar um sonho coletivo. Assim, aponta que deve ser fortalecida e estimulada a solidariedade, a coexistência da sociodiversidade com qualidade de vida, conectada a um sentimento compartilhado pela identidade, autoestima e pertencimento, ou seja, uma capacidade mais humana e criativa.

Cidades e territórios criativos são [...] espaços de articulação das diversas formas de manifestações e segmentos culturais. A integração de infraestrutura física e imaterial, em suportes tecnológicos, cria novas inteligências e gera economias

de escala de difícil mensuração. As cidades criativas ampliam oportunidades de ofertas culturais; utilizam elementos simbólicos para a geração de produtos, serviços e negócios; criam novos mercados [...]. (MARINHO, 2009: 251-252).

Rotem (2009) sugere que haja nas cidades criativas um esforço em inspirar todas as pessoas por meio de um valor social mais humano, baseado em uma energia positiva da criatividade e na oferta de “ambientes estimulantes para todos, ao invés de se concentrar em uma clientela mercurial, [que] nem ao menos consiste na maioria de seus habitantes” (ibid.: 139-140). Neste sentido, Verhagen (2009) retrata a atratividade de uma cidade criativa, que além de oferecer oportunidades de desenvolvimento por meio da economia criativa, deveria buscar um melhor desempenho conduzido por expressões criativas, já que a criatividade precisa de inspiração. Logo, deveria existir uma preocupação com a arquitetura e o patrimônio, importantes ferramentas de identidade que precisam estar abertas para que ocorram interações.

Percebe-se que a promoção de inúmeros benefícios socioeconômicos dependem do incentivo de uma gestão descentralizada, a qual potencializaria uma produção criativa por meio de uma identidade local com um posicionamento claro e forte. O que Vivant (2012) indica ao explicar que satisfazer as necessidades dos habitantes deve ser o objetivo primeiro das políticas culturais, a fim de oferecer aos cidadãos momentos de relaxamento e de distração, de descontração pessoal e de reflexão, de prazer estético e de deleite. Guaramiranga, no Brasil é exemplo de cidade que incentiva a criatividade. Conforme Reis (2009), neste caso verifica-se alguns elementos comuns em ações bem sucedidas, tais como: a governança clara e políticas públicas com continuidade, a convergência de interesses públicos, privados e da sociedade civil, o engajamento da comunidade e o investimento em educação e cultura. Visão de uma cidade criativa apontada por Carvalho (2009), que seria

Aquela capaz de transformar seu contexto socioeconômico com base na valorização da cultura local, das particularidades que fazem a diferença de cada um e de cada parte. O que é fruto da criatividade se transforma em potencial econômico individual e coletivo. A economia criativa tem o poder de transformar, de mudar, de dividir, de repartir e de incluir. [...] estimula os talentos, a diversidade e dá condições para que se agregue valor econômico e se dê vazão à geração de negócios [...]. (CARVALHO, 2009: 18).

Para Pardo (2009), não há dúvida que uma governança democrática é essencial, pois além de gerar consenso e confiança, diminuiria riscos diversos. Sem um processo equitativo, o progresso gerado além de inferior, geraria custos elevados e um esforço superior por parte de todos os agentes. Assim, Martins (2009) indica que o esforço isolado de governantes para tornar lugares em cidades criativas, não valeria à pena sem a adesão dos que vão usá-las e vivê-las. Portanto, é importante integrar e criar uma relação harmoniosa entre os que têm a força das ideias e aqueles que têm o poder para que as cidades criativas se desenvolvam, a considerar movimentos autônomos de dinâmicas

criativas, que deveriam ser apoiados, reconhecidos, promovidos e incentivados pelos poderes públicos das cidades. Verhagen comenta:

A economia criativa prospera com o talento. [...] formada por empresas novas e pequenas. Quando os governos se perguntam como podem [estimulá-la] [...], uma das respostas é: criando um clima amistoso para as empresas iniciantes, de modo que mais pessoas comecem seus próprios negócios. [...] capaz de se reinventar continuamente. (VERHAGEN, 2009: 114-115)

Conforme verifica Pardo (2009), é na comunicação das novas ideias que se verificaria um facilitador para o desenvolvimento e a transformação de novos produtos e serviços. Assim, o fator inovativo deveria ser visto como resultado da viabilidade para geração de uma criatividade, que também promoveria valores de mudança, melhoria e progresso em todas as atividades econômicas, sociais e culturais, aprimorando a qualidade de vida socioambiental e contribuindo para elevar a atratividade de uma cidade em um cenário econômico.

Neste contexto, caberia uma reflexão a cerca da sustentabilidade, que possui intrincada as dimensões socioambientais, por vezes percebidas como contraproducentes diante da dimensão econômica, unidimensional se considerada como mais nobre. Desta maneira, para fins evolutivos, ao que parece os meios acabam por justificarem alguns fins, uma relação direta à gentrificação<sup>6</sup> como consequência de uma proposta de renovação urbana que não seja democrática e participativa. Como problemática, ocorre a remoção de antigas comunidades de camadas sociais sem poder aquisitivo ou não conectadas culturalmente a um projeto urbano proposto, sendo expurgados normalmente pelos que detêm força política e poder aquisitivo, sem se preocuparem em oferecer proposições mais humanizadas e respeitadas. Projetos condizentes ao próprio discurso de estímulo à criatividade, um ativo considerado universal, deveriam propor transformações e acima de tudo serem inclusivos, visando capacitar esses atores de forma justa na busca de soluções concretas e pertinentes, inserindo-os em um processo inovativo e transformador para que participem ativamente na construção de uma cidade criativa.

Para além de resolver problemas de forma incomum, o desafio crucial está em como as cidades podem tornar visíveis seus atributos criativos no seu ambiente físico, e assim, a capacidade de se comunicar de forma icônica torna-se fundamental. É o que indica Landry (2013). Ao se pensar sobre as narrativas das cidades, Vivant (2012) ressalta que as descobertas científicas e os pequenos prazeres da vida estão no coração desses núcleos

6 Ver MONTEIRO, C; LIMEIRA, J. Revitalização, Habitação e Gentrificação. In: LACERDA, N.; ZANCHETTI, S. M. Plano de Gestão da Conservação Urbana: Conceitos e Métodos. Olinda, PE: CECI, 2012. p. 262-278. Disponível em [ct.ceci-br.org/ceci/br/publicacoes/livros/164-livros.html](http://ct.ceci-br.org/ceci/br/publicacoes/livros/164-livros.html) Acesso 09 mai. 2016.

urbanos e definem-se pela qualidade de serendipidade<sup>78</sup>. Um caráter próprio da caminhada e deambulação, em que os acasos na cidade oferecem ao passante surpresas, associações inéditas, encontros improváveis e fortuitos. Elementos que alimentam a criatividade, momentos em que os criadores fazem emergir novas ideias, e que propõem novas formas e maneiras de fazer. Conforme aponta o autor (ibid.: 83), o “passante, ao sabor de seu humor, circula, demora-se, volta-se e descobre, na esquina de uma rua, uma passagem coberta, uma loja inédita, uma construção surpreendente”.

Para Rotem (2009), os territórios em espaços públicos são definidos pela sua regulação espacial, portanto, ao analisá-los, são reveladas atividades potenciais esperadas e/ou inesperadas, em que vários encontros e movimentos podem ocorrer. A diferença encontra-se na mentalidade das pessoas quanto ao uso que fazem destes espaços, que devem oferecer a possibilidade de atividades diversas que possibilitem a liberdade de escolha, como participar de manifestações políticas, de procissões religiosas, apenas cruzar a rua para pegar o ônibus, ou correr no parque ouvindo música. Ou seja, “o que fazer, com quem, como e por quê. Essa liberdade é o que as pessoas criativas querem” (ROTEM, 2009: 141; 147). Fica claro que a história de uma cidade criativa dá-se através de experiências culturais, um fenômeno global que nitidamente oportuniza a distinção de um lugar, em função de virtudes percebidas e narradas.

Reis (2012) afirma, a cultura nas cidades criativas representa sua digital. É justamente o que lhes oferece singularidade e uma infinidade de entrelaçamentos que geram impactos e benefícios socioeconômicos, que favorecem a construção de ambientes criativos para o que é diferente. As cidades criativas são generosas quanto às suas conexões com a região, seu país e com o restante do mundo, logo, “conexões entre público e privado; conexões entre diversidades; conexões entre o tangível e o intangível; conexões entre as chamadas ‘áreas de saber’, já que a criatividade é transversal a todas elas” (REIS, 2012: 151). É importante ressaltar que, o aspecto crucial nas cidades criativas não centra-se sobre qual setor aplicar essa criatividade, mas sim, de qual fonte esta emana, isto é, seus talentos criativos. Aponta portanto que,

Esse deslocamento de ênfase – do destino para a origem – e sua potencial mobilidade entre setores e profissões trazem impactos profundos na forma como capacitamos nossos talentos. [A] cidade criativa [está] em permanente estado de transformação; é uma cidade em processo, em vez de uma cidade que se oferece como produto; tem uma cultura própria [...], com abundância

- 7 Serendipidade é a aptidão, faculdade ou dom de atrair o acontecimento de coisas felizes ou úteis, ou de descobri-las por acaso. A etimologia da palavra inglesa *serendipity* que foi cunhada em 1754 pelo escritor inglês Horace Walpole, advém de um antigo conto persa intitulado ‘Os três príncipes de Serendip’, cujos heróis sempre davam com coisas sem ter procurado por elas. Disponível [houaiss.uol.com.br/busca?palavra=serendipity](http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=serendipity) Acesso 09 mai. 2016.
- 8 A definição de serendipidade associa-se ao termo *flâneur*, que representa andar ociosamente, sem rumo ou sentido certo, flanear ou flânear é um vaguear, perambular ou deambular, seria um avançar lentamente e sem direção certa. Do francês *flâner* (1808) e na forma *flanner*, o vocábulo de origem em dialeto documentado em 1645 na Normandia, só tardiamente entrou no uso geral. Disponível [houaiss.uol.com.br/busca?palavra=flanar](http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=flanar) Acesso 09 mai. 2016.

de inovações e múltiplas conexões. [...] [Portanto, uma] mudança de prisma e necessária, se quisermos encontrar soluções para nossos problemas de conexões intraurbanas – o pior deles, a mobilidade. (REIS, 2012: 151).

Para Vivant (2012), a importância das cenas e dos espaços da criatividade artística *off*, na constituição de um sistema de produção através de zonas de intemperança, lugares de imprevistos e surpresas urbanas. Uma forma de respiro para que seus habitantes e visitantes saiam da rotina e dos hábitos cotidianos. A reputação *off* ultrapassa a comunidade e inscreve-se numa história coletiva da vida cultural e artística da cidade, que vai além da representação da cidade, elementos essenciais de sua imagem, que, por meio dessas cenas oferecidas em espaço de expressão para diversos gêneros musicais, revitalizam e reinventam a paisagem cultural e noturna das cidades. O que pode sugerir uma ideologia elitista, a qual Reis (2012) esclarece,

[nas] cidades criativas, de modo mais amplo, e [na] economia criativa, de modo mais específico, só serão mais inclusivas se forem realizados investimentos que capacitem e gerem um ambiente favorável a participação das classes desfavorecidas na dinâmica criativa. A criatividade tem pouco impacto, se não se converter em inovação – econômica, social, cultural, urbana. A inclusão não requer medidas assistencialistas e sim de empreendedorismo, capacitação, pesquisa e infraestrutura. (REIS, 2012: 103).

Landry (2013) afirma que nas regiões urbanas com foco estratégico adequado, a criatividade atua como roteiro para os diversos fatores, o que contribui para explorar os recursos socioambientais, desenvolvendo-os cada vez mais. Portanto, a cultura da curiosidade deveria ser uma competência utilizada para moldar tecnicidades do planejamento e desenvolvimento urbano, suas normas e regimes de incentivos. Assim, o estímulo criativo não viria a ser um complemento marginal para avaliação de assuntos importantes, do contrário, determina o modo de pensar de uma cidade, sobre si mesma, e contribui para sua visão de futuro. Todavia, Vivant (2012) alerta, instrumentalizar a cultura não tem sentido algum se não houver a devida apropriação da história local e a construção de uma política cultural alinhada.

A criação de novos equipamentos culturais visa dotar a cidade de uma infraestrutura de prestígio, em torno da qual se articula o conjunto do projeto urbano. [...] certos atrativos, como os museus, constituem destinações turísticas por si sós e geram recursos econômicos, beneficiando toda a cidade. [...] esses equipamentos são concebidos como ferramentas de reestruturação urbana, criando novas centralidades e novos fluxos e contribuindo para [...] reabilitação simbólica da cidade. (VIVANT, 2012: 71-72).

Reis (2012) enfatiza, a ludicidade é o modo de incremento da criatividade nas cidades criativas, fazendo-as serem sentidas e conferindo-as sentido. Ênfase que Vivant (2012: 71) também aborda ao afirmar que “a cultura desempenha um papel predominante, como vantagem comparativa em matéria de oferta de serviços e, ao mesmo tempo, como ferramenta de transformação e de desenvolvimento econômico”. Portanto, conforme

ressalta Landry (2013), faz-se necessário compreender o urbanismo, assim como a dinâmica e o iconismo das cidades criativas de forma holística, por meio de uma cultura de franqueza e curiosidade essencial, o que envolve adotar um espírito que valorize o debate, o pensamento crítico e o aprendizado, para que então as cidades criativas ofereçam algo para a sociedade e o mundo.

Há de se refletir quanto aos processos evolutivos instaurados, visto que mecanismos exógenos nem sempre são devidamente apropriados para uma realidade endógena, gerando o expurgo daqueles que não são compreendidos como apropriados para um projeto urbano. Como reflexo direto que afeta densamente diversas camadas não percebidas, faz-se necessário que o verdadeiro sentido de narrativa seja compreendido como aquela que descreve como as coisas são, promovendo transformações e mudanças de forma propositivas e não puramente desenvolvimentistas e intervencionistas. Na perspectiva benjaminiana, como abordado por Rocha e Eckert (2000), situação que é

[...] agonizante das tradições e a morte da narrativa, torna-se uma ameaça uma vez que a perda significativa da transmissão de experiências que dizem respeito à compreensão e interpretação do passado, cujo ato de rememoração resgata, tende a sobrepular a angústia do esquecimento, numa orgulhosa inscrição das obras humanas para além das funções sociais que cumprem e os lugares históricos que ocupam. (ibid.: 3-4).

Ou seja, um roteiro de virtudes econômicas, sociais e ambientais, deve ser um processo orgânico e fidedigno, sem que ocorram esquecimentos sem limites como subterfúgio para obras ditas como mais nobres. Considera-se que a narrativa de uma cidade está atrelada a cultura, as tradições e as experiências históricas, tal como pela sua possibilidade de (re) construção de uma identidade social em tempo que nela própria se debruça a condição ideologicamente instauradora para uma identidade pessoal, tornando-se formadora de jogos de memória (ibid.: 3), percebidas como lúdicas e de compromisso humano.

Marinho (2009) enfatiza que há a necessidade de uma cultura de tradição estética, de um entendimento antropológico de que tudo é cultura, e de uma visão de mercados culturais como lugares de trocas. Assim, se fundaria a lógica de uma economia culturalmente diversificada, para subsidiar uma economia criativa e cidades criativas baseadas no modo contemporâneo de produzir em uma sociedade do conhecimento. Tal ênfase centra-se na busca da remuneração simbólica, do intangível e do imaterial, em consonância com as expectativas do mundo atual, para que se construam cidades criativas ou para que revitalizem os usos das cidades tradicionais com criatividade. Aponta-se que, a economia da criatividade e do conhecimento precisam

[...] identificar novas forças produtivas; utilizar mão-de-obra preparada, formada e consciente de suas crenças e valores. As cidades e territórios passam a ser vistos como cenários que facilitam a diversidade cultural através da arquitetura, dos equipamentos de entretenimento, da museologia e a da arqueologia. Tais elementos favorecem o intercâmbio, a troca e estimulam a competitividade a partir de cadeias de valor. (MARINHO, 2009: 258-259).

Reis (2009) esclarece sobre as transformações pelo mundo, em que a criatividade fora considerada de suma importância, oportunizando o surgimento de novos modelos de entendimento e de organização por meio dos setores criativos. Estes incutiram um novo vigor econômico e cultural nos setores industriais tradicionais, ancorados no reconhecimento intangível da criatividade. Se formaria daí uma economia criativa, na qual apresenta-se

[...] uma nova lógica econômica, fomentadora de modelos alternativos de organização de negócios, de profissões antes inexistentes, fortemente respaldada pela expansão do conceito de cadeia setorial para o de redes de valor integradas, por processos colaborativos e pela valorização das singularidades locais. Os resultados econômicos, culturais e sociais obtidos pelas cidades mais atentas a essas dinâmicas são muito inspiradores. [...] No Brasil, [há] uma perniciosa falta de articulação entre as políticas necessárias ao desenvolvimento de um programa concatenado de economia criativa, envolvendo desenvolvimento, tecnologia, educação, turismo e [...] a própria cultura. (REIS, 2012: 150).

Vivencia-se um momento de transição dos padrões culturais, que refletem diretamente na forma como se consome. Ao mudar os princípios, provavelmente novos hábitos ditarão as regras. E como afirma Howkins (2009), a criatividade pode desabrochar em qualquer local, mas

[...] precisamos de diversidade, mudança, aprendizado e adaptação, com abrangência e escala suficientemente amplos. Precisamos de lugares com mais pessoas, mercados mais ativos, um ambiente construído adequado e [...] redes de banda larga. [...]. [Assim.] o aprendizado é mais rápido, a colaboração é mais fácil e a novidade é mais estimulante. Em outras palavras, [esses locais] são cidades criativas. (HOWKINS, 2009: 126).

Pardo (2009) reforça que a economia criativa pode ser eficaz para promover equidade e felicidade, se for gerida por políticas que incorporem os critérios de inclusão social e desenvolvimento. Entretanto, são as pessoas o ativo mais importante que com suas capacidades: criativa, cultural, científica, técnica e artística, poderiam se tornar a base para as cidades se transformarem em sistemas inovadores, sendo fundamental:

Tradição e força cultural; abertura a novas ideias e mestiçagem cultural; qualidade de educação básica e superior; infraestrutura de pesquisas, básicas e aplicadas; dinamismo empreendedor do tecido empresarial, institucional e cidadão; condições para gerar sinergias [entre] iniciativas públicas e privadas. (PARDO, 2009: 89).

Conforme Marinho (2009), esse fenômeno pode ser compreendido a partir de dois eixos. No primeiro, a economia da cultura, entendida como um conjunto de atividades cuja essência é a interação entre patrimônio imaterial e tecnologia de ponta, em que a preocupação centra-se no desenvolvimento de mecanismos que garantam a propriedade intelectual. Tal corrente de pensamento foca prioritariamente nas cadeias produtivas

da música, do audiovisual, das mídias, da animação, das artes plásticas e cênicas e da publicidade, como setores que impulsionam a economia. E no segundo eixo, a culturização da economia, percebida como uma corrente que esforça-se em concentrar a utilização de informações culturais para agregação de valor à segmentos tradicionais, como turismo, moda, decoração, artesanato, patrimônio arquitetônico, entre outros, que permitam o surgimento do turismo cultural derivado da revitalização de áreas históricas e da preservação do patrimônio arquitetônico (MARINHO, 2009: 253-255). Para o autor (ibid.), a cultura é considerada o novo pilar de desenvolvimento, visto que o binômio da cultura e da educação assume um papel central na construção e consolidação de uma sociedade do conhecimento. A cultura como sistema propicia interdependência para ser estabelecida uma economia diferenciada. Neste sentido, alguns paradigmas são fundamentais:

(1) articular diferentes formas de manifestações culturais que se complementam, gerando economias de escala; (2) ampliar as oportunidades de ofertas culturais em determinadas regiões, atraindo consumidores que buscam turismo e entretenimento responsável; (3) promover a convergência de ações para a criação de novos mercados; e (4) validar que os insumos básicos desse mercado são a inovação e a imaterialidade para a geração de novos produtos e negócios. (MARINHO, 2009: 257-258).

Com o propósito de elaborar e disponibilizar uma ferramenta para organização no âmbito das expressões culturais e de aplicações funcionais, considerando aspectos nacionais vinculados aos modos de produção sociais e econômicos, o Ministério da Cultura indica o escopo dos setores criativos a serem contemplado por políticas públicas.



### Quadro 1: Escopo dos Setores Criativos



Quadro 1: Escopo dos Setores Criativos (MINC, 2011: 21).

Entende-se que a economia criativa é sedimentada por elementos intangíveis e imateriais, como o conhecimento, a criatividade e a cultura. Tais elementos, representam capacidades, habilidades e talentos, ora inatos ora incentivados, aptos a serem aplicados em inúmeros setores, sejam eles criativos ou não. Se uma sociedade encontra-se arraigada à uma cultura industrial, moderna e evoluída, há de se esperar que suas instâncias econômicas respondam coerentemente, de forma que sejam abertas, construtivas, equitativas, flexíveis e fluídas. Ao que parece, nossa sociedade se apresenta ainda distante de tais qualidades, longe da possibilidade de colocar em prática um discurso compreendido como pós-industrial, pós-moderno e equilibrado. Portanto, deve-se atentar para as colocações apresentadas pelo Ministério da Cultura, dada a percepção da sustentabilidade e diversidade cultural como fatores de desenvolvimento, a inovação pode ser entendida como vetor da cultura e de expressões de vanguarda, que depende de uma inclusão produtiva. Assim, a cidade criativa com uma economia criativa forte depende de dinâmicas socioculturais estabelecidas por meio de ciclos de criação, produção, circulação e fruição de bens e serviços, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica.

Oriundo dos setores criativos, tal processo depende de atividades produtivas que têm neste, principalmente, atos criativos geradores de valor simbólico, elemento formador de preços e resultante da produção de riqueza cultural e econômica (MINC, 2011: 22-23; 32).

#### **4. Contexto Histórico e Cultural de Ivoti, RS**

O município de Ivoti localiza-se a 55,7 km de Porto Alegre via BR-116, principal rota de ligação das cidades metropolitanas e a capital do Rio Grande do Sul, no Brasil. A população estimada é de 21 mil habitantes, sendo 91% alfabetizados, possui um índice de IDHM de 0,784. Em uma área de 63,15 km<sup>2</sup>, já conta com uma frota de 14.090 mil veículos (9.116 automóveis e 1.657 motocicletas) circulando em seus 98 km de vias públicas pavimentadas e 80,74 km não. Seus habitantes contam com 6 escolas de educação infantil (6 municipais e 4 particulares), 12 escolas de ensino fundamental (2 estaduais, 9 municipais e 1 particular), 2 escolas de ensino médio (1 estadual e 1 particular) e 1 escola particular de ensino superior (IVOTI, [201-], online).

Atualmente, o desenvolvimento econômico do município é baseado, principalmente, nos setores primário e secundário, a partir do cultivo de acácia negra, hortifrutigranjeiros, flores, laticínios, sucos, milho, mandioca, feijão e ração, além das indústrias de calçados, couros e malhas. O PIB per capita é de R\$ 29.689,27 mil reais e conta com 1.173 mil empresas locais, 7.435 mil pessoas assalariadas que recebem em média de 2,3 salários mínimos e um total de 9.176 mil pessoas ocupadas (IBGE, [201-], online). Em relação a comunicação, atualmente conta com um jornal diário, uma revista mensal e uma rádio comunitária. Ivoti conta ainda com 4.308 mil linhas telefônicas e internet (IVOTI, [201-], online).

Com altitude de 127 metros acima do nível do mar, é uma das primeiras cidades da encosta da serra, roteiro turístico que contempla outras cidades (IVOTI, [201-], online).

[...] São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Ivoti, Dois Irmãos, Morro Reuter, Santa Maria do Herval, Presidente Lucena, Linha Nova, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula são as cidades que compõe a Rota Romântica. Um caminho emocionante, com fortes valores culturais e diversos atrativos a oferecer. Identificada ao longo do roteiro, a preservação da cultura germânica herdada dos imigrantes é percebida nas festas típicas, jardins esplendorosos, feiras coloniais, bandinhas típicas, grupos folclóricos... Além da viagem cultural, a região propicia o contato com a natureza exuberante. As atividades são variadas, como ecoturismo, prática de esportes radicais e trilhas. Oferecendo igualmente para os visitantes mais urbanos, excelentes atrativos citadinos e badaladas noites, além de feiras comerciais e oportunidade de turismo de negócios. (AMRR, [201-], online).

De colonização predominante alemã, a cidade se emancipou em 1964 e em 1966 recebeu imigrantes japoneses que hoje formam a maior colônia japonesa do estado. As culturas alemã e japonesa mesclam-se em torno de uma identidade própria. Fica em Ivoti

o maior núcleo de casas do Brasil construídas no estilo enxaimel, local que deu origem à Linha 48, uma das colônias formadoras de Ivoti, e que hoje abrigam o Museu Municipal, os Departamentos de Cultura e de Turismo, bem como a Casa do Artesão. Com suas belezas naturais e suas riquezas culturais a cidade faz parte da Rota Romântica (IVOTI, [201-], online).

Inicialmente, a região era habitada por nômades, indígenas Kaingang que se deslocavam do Uruguai até os campos e planaltos do Rio Grande do Sul, em busca de alimentos. Recebeu em meados de 1826, diversas famílias de origem germânica e aos poucos a colônia foi crescendo. Assim, ocorreram as ocupações territoriais: a área anteriormente utilizada pelos índios para coleta de alimentos passava a ser ocupada pelas plantações dos imigrantes, e portanto, “os índios só se inserem na história do município como o agente perturbador da ordem social, o saqueador, o selvagem sem respeito, que ousava incomodar gente de bem” (KREUTZ, 2013). Tal relato, resgata um recorte histórico que aponta como estes fatos podem ter influenciado a cultura atual, percebida ao senso comum como fechada, tanto os alemães como no caso dos japoneses.

Mais tarde, pela ação de bandeirantes paulistas, foram criadas estradas e a região passou a ser percorrida no século XVIII por tropeiros, quando foi inserida no processo de colonização do país. Em função de sua localização geográfica e proximidade com a estrada principal que ligava o Vale dos Sinos a Porto Alegre, a cidade passou a servir de entreposto comercial para agricultores que trocavam milho, feijão e aipim por outros produtos como tecidos, tamancos de madeira e louças. Em 1867, a região passou a ser conhecida como Bom Jardim, época que ainda era distrito de São Leopoldo – RS. O nome Ivoti surgiu em 1938, como referência ao tupi-guarani *ipoti-catu*, que significa flor bonita (KREUTZ, 2013), uma forte identidade com a tradição do plantio de flores, razão pela qual Ivoti é considerada a cidade das flores (IBGE, [201-], online).

Assim, tem-se que a riqueza cultural da região se traduz em iniciativas artísticas, criativas e culturais, com traços das heranças europeia e asiática, que destaca a tradição cultural, a identidade local e sua história distinta, única e não copiável. Aspectos estes de maior relevância e importância para o processo de reconhecimento do seu potencial como uma cidade criativa, o que se verifica na sequência de informações a seguir sobre os dados da pesquisa de campo.

#### **4.1 Levantamento de iniciativas artísticas, criativas e culturais em Ivoti, RS**

Na visitação à cidade, realizou-se entrevistas através de um roteiro semiestruturado, junto à equipe do Departamento da Cultura e do Turismo de Ivoti, RS, com base no Quadro 1 apresentado acima, para compor a Tabela 1 apresentada abaixo.

**Tabela 1: Pesquisa de iniciativas artísticas, criativas e culturais**

<b>Escopo Setores Criativos</b>	<b>Iniciativas artísticas, criativas e culturais apontadas pelos departamentos da cultura e do turismo de Ivoti, RS, em entrevistas realizadas entre junho e julho de 2015</b>
<b>Campo do Patrimônio</b>	
Patrimônio Material	Ponte do Imperador (1857-1864); Núcleo de Casa Enxaimel; Museu Municipal Cláudio Oscar Becker; Casa Amarela; Antiga Igreja Matriz; Casa Holler (maior casa enxaimel do RS); Casa Bervian; Casa Staudt; Antiga Subprefeitura (atualmente funciona o CRAS); Casa de Heinrich Müller; Casa Albino Müller; e, Sociedade de Canto Concórdia; Belvedere com mirante para vista panorâmica; O Buraco do Diabo (Teufelsloch); O Pórtico no acesso principal, construído em pedra arenito e estrutura enxaimel; Paredões de escalada localizados no Camping do Bene.
Patrimônio Imaterial	A cultura japonesa e germânica, costumes e comida típica; Sociedade Concórdia de Canto (1924); Sociedade de Canto Harmonia que reúne bandinhas típicas (1920); manifestações das Religiões Afro Descendentes e a cultura de oferendas realizadas próximo ao Rio Feitoria.
Arquivos	A Biblioteca Machado de Assis guarda inúmeros registros.
Museus	O Museu Municipal Cláudio Oscar Becker, que mantém um acervo doado pela comunidade ivotense, retrata aspectos de decoração e utensílios domésticos de época.
<b>Campo das Expressões Culturais</b>	
Artesanato	Associação das Bordadeiras de Ivoti; Casa do Artesão; Bambu Japonês da Colônia Japonesa.
Culturas Populares	Kerb realizado em janeiro; Feira do Mel da Rosca e da Nata realizada em maio; Entrepasto e Casa do Mel; Bailes típicos nas sociedades da região; Festas tradicionais realizadas no Memorial da Colônia Japonesa; Feira Colonial realizada no quarto domingo de cada mês; Feira Agroecológica realizada nas quartas-feiras na Praça Emancipação; Feiras de produtos coloniais, que ocorrem no segundo e terceiro domingo todos meses no Núcleo de Casas Enxaimel; Kolonistenfest que comemora a imigração alemã no estado; Em setembro comemora-se a semana Farroupilha; Em outubro o dia das crianças; A Feira das Flores, que valoriza o hábito dos moradores que cultivam jardins em frente às suas casas e comemoração do aniversário da cidade em 19 de outubro; Festa de Natal realizada no Núcleo de Casas Enxaimel; Feira Municipal do Livro realizada em maio; Comemoração de São Pedro e Festa de São Cristóvão; o Oktoberfest realizado em outubro. Também são citados empreendimentos como a Cachaçaria Weber Haus que a mais de meio século começou com sua produção orgânica artesanal e hoje referência nacional; e os Vinhos Berwian, que utiliza em sua produção técnicas de fabricação alemã; Empresa de embutidos de Ewald Pahler que preserva a tradição da língua alemã.
C. Indígena	N/A
Cul. Afro	Manifestações Afro são realizadas nas proximidades do Rio Feitoria.
Artes Visuais	Existe um registro documental sobre os 180 anos de imigração na cidade. Também foi apontado o artista Mauricio Weber no campo das artes visuais.
<b>Campo das Artes de Espetáculo</b>	
Dança e Teatro	Raízes da Paz, grupo de dança folclórico brasileiro; Programa Lazer Unindo Gerações (PLUG), oferece oficinas de teatro e dança para mais de 1.000 mil crianças, jovens, adultos e idosos.

**Tabela 1: Pesquisa de iniciativas artísticas, criativas e culturais (Cont.)**

<b>Escopo Setores Criativos</b>	<b>Iniciativas artísticas, criativas e culturais apontadas pelos departamentos da cultura e do turismo de Ivoti, rs, em entrevistas realizadas entre junho e julho de 2015</b>
Música	Banda Toar, Casual Rock e Sociedade de Canto Harmonia e Concórdia. Instituto ASCARTE, atua com instrumentos de corda, oferece convênio com escolas municipais, e projetos que beneficiam a região. Bandas marciais escolares. São realizadas apresentações de música ao vivo nos Bares Santa Avenida, Pub Garagem 23 e no Boliche.
Circo	N/A
<b>Campo do Áudio Visual e do Livro, da Leitura e da Literatura</b>	
Cinema e Vídeo	Existe um registro documental filmico sobre a cidade, que retrata os 180 anos de imigração germânica; Não há um cinema na cidade, porém existem apresentações nos ginásios locais dos curtas produzidos pelas escolas com apoio do PLUG (Programa Lazer Unindo Gerações).
Publicações e Mídias Impressas	Livros: Lea Cassol; Herta Sporket Patro; Dramas, Comédias e Tragédias nas picadas de Bom Jardim/Ivoti; Marcia Funke Dieter escritora de literatura Infantil; Liane Veiga Copke; Roque Amadeu Kreutz – Bom Jardim – Ivoti; Jornal Destak; O Diário; e, Revista Mix Social.
Campo das Criações Funcionais	
Moda	Empresas do segmento de confecção que criam e comercializam seus produtos, entre estas empresas foram citadas: Viva Bordados; Dass Outlet (West Coast); e, Miss Blue.
Design	Instituto Superior de Educação de Ivoti oferece cursos técnicos em Informática e Design; Oficina da madeira (especializada em móveis); CF Stands (atua com cenografia para feiras e eventos).
Arquitetura	Ponte do Imperador (1857-1864); Núcleo de Casa Enxaimel (1826-1950); Praça das Flores; do Skate; Emancipação; Concórdia; Neldo Holler.
Arte Digital	N/A

Fonte: Elaborado pelos autores.

Durante a pesquisa de campo, também foram realizadas visitas em locais icônicos relatados e/ou identificados em divulgações (IVOTI, [201-], online), com intuito de acrescer ao estudo maior apropriação empírica, somando-se aos registros fotográficos<sup>9</sup> que seguem abaixo.

9 Outras imagens podem ser localizadas em: RS – O Buraco do Diabo (Teufelsloch), a Ponte do Imperador ... (em 88 fotos). Disponível [skyscrapercity.com/showthread.php?t=1434134](http://skyscrapercity.com/showthread.php?t=1434134) Acesso 09 mai. 2016.

**Figura 1: Núcleo de Casas Enxaimel**



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos autores.

Nas imagens da Figura 1, pode-se verificar as antigas moradias construídas por imigrantes alemães, que segundo dados da prefeitura, o município conta com o maior número núcleo de casas enxaimel do Brasil.

**Figura 2: Feira Colonial e Diversidade do Município**



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos autores.

As imagens apresentadas na Figura 2 mostram o local onde são realizadas a feira de produtos coloniais e o tradicional jogo de *baseball* na Colônia Japonesa, onde são proporcionadas oportunidades de experimentação e de vivências que a diversidade cultural oferece.

### Figura 3: Praça Neldo Holler



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos autores.

Na Figura 3 destaca-se a Praça Neldo Holler, projetada por Roberto Burle Marx, em 1990, projeto único realizado no estado pelo reconhecido arquiteto brasileiro. Também estão em seu currículo, jardins como o do Palácio Itamaraty, do Aterro do Flamengo e da Unesco em Paris.

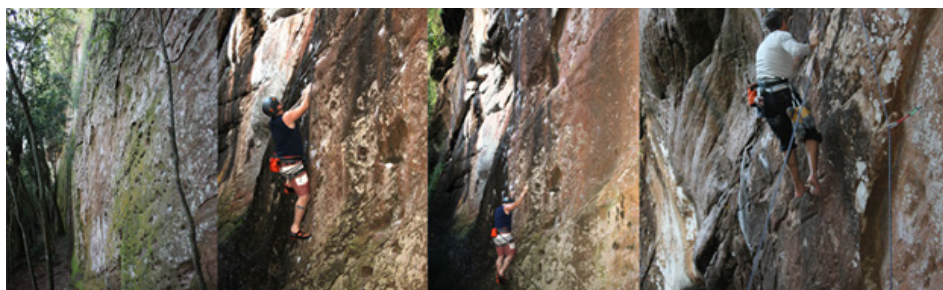
### Figura 4: Ponte do Imperador



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos autores.

As imagens da Ponte do Imperador podem ser vistas na Figura 4. Obra realizada entre os anos de 1857 e 1864, para promover o escoamento da produção local, possibilitando o desenvolvimento da região. Em 1986, tornou-se patrimônio histórico nacional, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). A construção, localiza-se à 1 km do centro da cidade, mede 148 metros de comprimento e possui largura que varia de 7,7 a 14,2 metros, recebe este nome em homenagem a D. Pedro II (IVOTI, [201-], online).

### Figura 5: Vias de escalada em parede de arenito, localizadas no Camping do Bene



Fonte: Registro fotográfico realizado pelos autores.

Pode-se apontar dois outros exemplos de iniciativas com potencial para o desenvolvimento da cultura, do entretenimento e da gastronomia para a comunidade local e para os seus visitantes: o Pub Garagem 23, reconhecido por oferecer cervejas artesanais da região e de todo o mundo, e, pelo acesso aos cervejeiros e os amantes da produção artesanal cervejeira; e ainda, o Camping do Bene, reconhecido pelos seus tradicionais paredões de rocha utilizados para escalada esportiva que, em 2014, ofereceu uma competição paralela de escalada, a “Piscino Blox”<sup>10</sup>, um muro montado na borda de uma piscina em que o competidor que não completar o circuito cai na água. Além dos diversos esportistas que vêm de todo o País para conhecer seus paredões e vias de escalada, respectivamente reconhecidos como referência em seus setores de atuação, esses locais também atraem pessoas interessadas em provar as novas cervejas artesanais oferecidas ou para vivenciar uma das maiores vias de escalada em rochedo do país.

A partir do conceito de cidades criativas, as relações com o escopo dos setores criativos a que se fez o levantamento proposto, juntamente com entrevistas realizadas e os registros fotográficos apresentados, encaminha-se para uma análise comparativa que segue.

## 5. Reflexões de Apoio

Conforme identificado nesta pesquisa observa-se que Ivoti tem as características mencionadas e presentes nas cidades criativas, de acordo com o apresentado e comentado na sustentação teórica, a saber: 1. Potencial de iniciativas criativas. 2. Existência de comunicação e cooperação entre os atores locais. 3. Mentalidade onde as pessoas se convertem em agentes de transformação. 4. Mobilização cidadã. 5. Existência de uma classe criativa em Ivoti. 6. Ivoti é mantida limpa, verde e segura, como mencionado importante

10 Evento de montanhismo acontece em Ivoti: Caldeirão do Behne reúne escaladores de todo o Brasil na cidade. Disponível [redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/patrola/noticia/2014/12/dica-do-patrola-evento-de-montanhismo-acontece-em-ivoti.html](http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/patrola/noticia/2014/12/dica-do-patrola-evento-de-montanhismo-acontece-em-ivoti.html) Acesso 09 mai. 2015



para as cidades criativas. 7. Possui relevantes valores sociais e mais humanos. 8. Ivoti tem governança democrática. 9. Ivoti possui elevada qualidade de vida socioambiental.

No campo do patrimônio, verifica-se que Ivoti, RS preserva seu patrimônio material, apesar ter sido identificado, durante a pesquisa de campo, notícias sobre enchentes<sup>11</sup> que agravam a conservação<sup>12</sup> de algumas das estruturas listadas como as mais importantes, apesar da indicação de ações que visem sua salvaguarda<sup>13</sup>. Outras tantas estruturas arquitetônicas localizadas no município indicam a relevância deste aspecto. Em relação ao patrimônio imaterial, tem-se o incentivo das tradições como os imigrantes japoneses e alemães, e outras não reconhecidas como as manifestações religiosas de afro descendentes. Em arquivo, identificou-se em uma biblioteca o resguardo de inúmeros registros culturais e históricos. Em museus, localizou-se o museu municipal que preserva acervos e narra histórias de antigos moradores do local.

Reis (2009) cita, Guaramiranga, no Brasil, como exemplo de cidade que incentiva a criatividade através da recuperação de áreas degradadas, convidando habitantes e turistas a utilizarem esses ambientes. Pode-se verificar, como retratado na Figura 1, o zelo pelo seu patrimônio histórico material e imaterial, a exemplo da conservação do Núcleo de Casas Enxaimel, bem como o fomento de iniciativas culturais por meio de apresentações realizadas neste local. Tal como é o caso da Figura 5, que retrata atividades ao ar livre no Camping do Bene, local que proporciona um forte desempenho turístico em novos atrativos, alternativas destacadas por Marinho (2009) e Vivant (2012).

Ao que Landry (2013) aponta, é importante que os cidadãos percebam-se como construtores, formadores e cocriadores de sua experiência, sendo o resultado desta percepção evidenciado em alguns eventos identificados, como a Feira do Produtor, por exemplo, que atrai em torno de 50 mil pessoas para a cidade em cada evento realizado, trazendo desenvolvimento cultural e socioeconômico. A exemplo de outras feiras e eventos que são promovidas no município, tanto Reis e Marco (2009) quanto Reis e Kageyama (2011), apontam para as possibilidades criativas a partir das transformações geradas pela diversidade cultural. Tal diversidade é apontada por Vivant (2012), como sendo capaz de gerar uma transformação na estrutura socioeconômica, por meio de suas singularidades, identidade e essência, como força revelada pelo dinamismo artístico e cultural.

Sobre os eventos e feiras, pode-se citá-los ainda como sendo também do campo das expressões culturais, pois além de produtos típicos coloniais também são oferecidos produtos do artesanato local, o que possibilitam trocas da cultura da região pela socialização entre moradores e produtores junto aos turistas que visitam o município, principalmente durante estes eventos. Em dias festivos, são realizadas apresentações

11 Dia de trabalho no Núcleo de Casas Enxaimel. Disponível [odiario.net/noticia/3167/Dia-de-trabalho-no-Nucleo-de-Casas-Enxaimel](http://odiario.net/noticia/3167/Dia-de-trabalho-no-Nucleo-de-Casas-Enxaimel) Acesso 09 mai. 2016

12 Arroio Feitoria transborda e causa transtornos em Ivoti e Lindolfo Collor. Disponível [youtube.com/watch?v=JTd8\\_MRKq4w](https://www.youtube.com/watch?v=JTd8_MRKq4w) Acesso 09 mai. 2016.

13 Prefeitura trabalha na remoção de entulhos da Ponte do Imperador para amenizar a situação. Disponível [defender.org.br/noticias/rio-grande-do-sul/ivoti-rs-construcoes-do-nucleo-de-casas-enxaimel- ficam- embaixo-dagua/](http://defender.org.br/noticias/rio-grande-do-sul/ivoti-rs-construcoes-do-nucleo-de-casas-enxaimel- ficam- embaixo-dagua/) Acesso 09 mai. 2016.

de bandas musicais e danças típicas, como ocorrem nos casos do Kerb (festa germânica típica) e da Kolonistenfest (festa da colonização germânica), em que geralmente estão conectadas à datas importantes, como a criação e emancipação de Ivoti, RS. Estas festas reúnem milhares de pessoas que vêm em busca de entretenimento, cultura e interação social, as quais são oferecidas em ambientes únicos e altamente propensos para o comércio e o turismo. Neste sentido, as iniciativas culturais identificadas e apresentadas na Tabela 1, mostram que a diversidade das culturas germânica, japonesa e afro brasileira, podem gerar um ambiente apontado pelos autores, como sendo propício para o desenvolvimento criativo local.

Percebe-se que as expressões culturais também recebem algum aporte. No caso do artesanato há uma associação e um espaço específico para divulgação e comercialização. As culturas populares são intensificadas por meio de diversas atividades realizadas em calendários festivos, em que a comunidade celebra datas comemorativas e tradicionais, além de fortalecer iniciativas produtivas de produtos alimentícios e artesanais. As culturas indígenas, são reconhecidas apenas em registros históricos, não localizaram-se evidências e/ou manifestações oficiais remanescentes. Nas culturas afro brasileiras, identificou-se manifestações religiosas nas proximidades do Rio Feitoria, apesar de não haver um reconhecimento por parte do poder público local, conforme relatado em entrevista. Nas artes visuais, além de um documentário tido como uma forma de expressão cultural, foi indicado um artista local como reconhecido, o que talvez indique a necessidade de maior atenção, visto que devem existir outros artistas plásticos e/ou visuais na localidade. Nas artes de espetáculo, a dança e o teatro contam com iniciativas de diversos grupos folclóricos, além de oficinas oferecidas para a comunidade. Na música, diversas bandas atuam de forma independente ou com apoio realizado em projetos, que realizam apresentações ao vivo tanto em bares quanto em escolas. Não foram identificadas iniciativas relacionadas à atividades circenses.

Essas grandes feiras realizadas pelo poder público local em parceria com a comunidade, favorecem a cultura, o comércio e oportunidades de sociabilização. Segundo Vivant (2012), tais oportunidades também se voltariam como incentivo para instalação de empresas em setores intensivos em conhecimento e criatividade, como tecnologia da informação, mídia e novas energias, com o objetivo de gerar empregos, arrecadação tributária e programas educacionais, o que fortalece a participação cidadã na criação cultural, favorecendo também o surgimento de pequenos negócios, talentos, pousadas, restaurantes e cafés, como programas paralelos e novos segmentos que, conforme constatado, podem ser melhor aproveitados e desenvolvidos em Ivoti, RS.

A partir de Vivant (2012) ainda é possível afirmar que, existe potencial de desenvolvimento de todos os setores criativos identificados, ora em maior ora menor grau, sendo que este desenvolvimento poderia criar um ambiente surpreendente e inédito, atraindo ainda mais pessoas para o comércio e o turismo, além de gerar alternativas de renda. Tal como Marinho (2009) assinala, as diversas características que estimulam uma economia específica, baseada na cultura e na tecnologia, sendo possível reforçar as possibilidades de desenvolvimento em todos os campos criativos analisados, foram

encontradas oportunidades de desenvolvimento de novas iniciativas relacionadas. A exemplo do campo audiovisual, livro, leitura e literatura, em que localizou-se um documentário sobre Ivoti, RS. Todavia, o município não oferece um cinema, mas são realizadas exibições de produções feitas por estudantes, além de diversas publicações e mídias de escritores e empresas locais, como livros, um jornal e uma revista.

Já no campo das criações funcionais, o município abriga diversas empresas do setor de moda e design, incluindo instituições de educação. Como principal iniciativa, tem-se a conservação arquitetônica formada pelo núcleo de casas enxaimel, a Praça Neldo Holler que foi projetada por Burtle Marx de acordo com o indicado na Figura 3, além da Ponte do Imperador, que representa uma referência da arquitetura de época, tal como patrimônio material e imaterial conforme indicado na Figura 4. Entretanto, não se identificou iniciativas relativas à arte digital. Como apontam Reis e Marco (2009), verifica-se também oportunidades de investimento na atração de empresas de setores intensivos em conhecimento, já que não constatou-se esse tipo de enfoque no levantamento realizado.

Logo, a contrapartida do poder público local seria, segundo Reis (2009), dispor de uma governança clara, políticas públicas com continuidade, que convirjam os interesses públicos, privados e da sociedade civil, por meio do engajamento da comunidade e investimento em educação e cultura, a fim de manter uma estrutura atrativa para os setores criativos. Alinhado com o que Landry (2013) indica, entender o urbanismo, a dinâmica e o iconismo de forma holística de lugares como Ivoti, deve se dar por meio de uma cultura de franqueza e curiosidade essencial, que envolveria adotar um espírito que valorize o debate, o pensamento crítico e o aprendizado, para que as cidades criativas ofereçam algo à sociedade ou ao mundo.

Neste estudo, baseado no levantamento de iniciativas artísticas, criativas e culturais de Ivoti, buscou-se como objetivo explorar aspectos destacados na delimitação de pesquisa, a fim de se localizar ou não convergências entre o conceito de cidade criativa e o município pesquisado.

## **6. Considerações**

A justificativa para o aprofundamento do tema proposto pode ser observada através dos movimentos da economia mundial, tanto indicado pelos autores, quanto na mídia em geral, que demonstram repetidamente os resultados de iniciativas nos campos patrimoniais, artísticos, criativos e culturais, bem como nas divisas geradas por estes setores, em função da capacidade de fortalecimento e desenvolvimento socioeconômico, quando criadas ações de médio e longo prazo com a participação das comunidades de uma cidade em consonância aos princípios de uma cidade criativa.

Temos que uma cidade criativa é representada, para além da sua capacidade atrativa e turística, por uma força cultural diversificada que promove o desenvolvimento econômico e geração de trabalho e renda. Sobretudo, considera-se de grande relevância a capacidade em promover talentos criativos locais, a partir do provimento de uma estrutura que dialogue de forma inventiva e promova competências para a promoção dessa inventividade

de e em espaços produtivos e urbanos em vista de uma cidade criativa. De qualquer forma, faz-se necessário assinalar a necessidade de um cuidado acurado, no sentido do conceito de cidades criativas apontar para um discurso idealista, promovido muitas vezes por interesses ambíguos, justapondo o próprio sentido do que se propõe a ser. É possível que ocorram casos de gentrificação, em que diversas comunidades de interesse econômico promoveriam discursos diversos para fins especulativos, o que poderia ocorrer facilmente no ramo imobiliário, ou, em outros casos, em que um patrimônio histórico é utilizado como fonte de recurso para projetos também gentrificadores, que se disfarçam como inovativos e/ou positivos, entretanto configuram-se para beneficiar alguns e enriquecer poucos.

Entende-se que a partir do levantamento realizado, gera-se novas perspectivas para que Ivoti, RS inclua em seu planejamento programas e investimentos no escopo dos setores criativos, com maior ênfase no fomento de iniciativas vinculadas ao conceito das cidades criativas, a fim de gerar oportunidades para empreendedores e empreendimentos ligados aos setores criativa, tal como o fomento de talentos nas áreas artísticas, criativas e culturais. As políticas públicas, bem como suas respectivas legislações conexas, devem considerar para além do discurso, reais condições de equilíbrio e de sustentabilidade para geração de valor econômico. Neste sentido, o próprio Plano de Economia Criativa (MINC, 2011: 138-146) considera diversas demandas, a exemplo do levantamento realizado que apresenta em uma matriz estratégica as relações entre os setores criativos e os desafios para uma economia criativa. Ao se tomar o município de Ivoti, RS como estudo, o qual já compreende diversas iniciativas relacionadas ao escopo de setores criativos, existem possibilidades de implementação de projetos que incentivem novas iniciativas artísticas, criativas e culturais, à considerar a inclusão da sua comunidade no processo de reconhecimento de uma cidade criativa, de acordo com o conceito desenvolvido pelos autores e apresentado neste estudo.

Por fim, é preciso enfatizar que em uma perspectiva endógena, mais natural e orgânica, faz-se necessário que sejam realizadas futuras pesquisas junto à comunidade local com a finalidade de compreender suas demandas latentes e/ou suprimidas, talvez, e inclusive, entendidas pelos seus membros como prioritárias. Acima de tudo, o que também é de suma importância, a cultura de um lugar deve ser respeitada, e assim, projetos orientados a partir de ferramentas exógenas devem ser devidamente apropriados prioritariamente para a realidade local, com a participação cidadã por um viés consultivo, integrativo e democrático. O conceito adotado em um projeto de cidade criativa deve ser visto com cautela, desta maneira, sugere-se que sejam realizados mapeamentos densos e em profundidade quanto as potencialidades inerentes às diversas comunidades de um cidade, que apesar da possibilidade de convergirem com o conceito de cidades criativas, devem engajar-se na promoção de iniciativas como as que foram levantadas neste estudo. Desta forma, poderão ocorrer contribuições para um desenvolvimento urbano humanizado, por meio de um processo democrático que fomente uma sustentabilidade multidimensional, e não unidimensional de força apenas econômica, sem que se abra mão da valorização da identidade local, da cultura, de um ambiente equitativo, e claro, de uma trajetória social e memória coletiva profícuas.

## Referências

- aMRR, Associação dos Municípios da Rota Romântica. **A Rota Romântica**. [Nova Petrópolis – RS]: [s.n.], [201-]. Disponível rotaromantica.com.br Acesso 20 jun. 2015.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 1. ed. São Paulo, SP: Edições 70, 2011, 279 p.
- BENDASSOLLI, P. F.; et al. **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo, SP: Atlas, 2009. 240 p.
- BENDASSOLLI, P. F.; et al. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. v. 49, n. 1. São Paulo, SP: RAE, jan./mar/ 2009. p. 10-18.
- CARVALHO, C. L. CIDADES CRIATIVAS E A TRANSFORMAÇÃO. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs). **Economia da cultura: ...** . Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 18-21.
- CUNNINGHAM, S. D. *Trojan horse or Rorschach blot? Creative industries discourse around the world*. **International Journal of Cultural Policy**, v. 15, n. 4, p. 375-386, 2009.
- DE MARCHI, L. Análise do Plano da Sec. da Economia Criativa ... relação entre Estado e cultura no Brasil. **Rev. Bras. Ciência Com.**, v. 37, n. 1. São Paulo, SP: Intercom, jan./jun. 2014.
- DHEIN, C. E. **A interpretação patrimonial da imigração alemã para o turismo na Rota Romântica RS/BR**. 2012. 176 p. Disponível repositorio.ucs.br/jspui/bitstream/11338/733/1/Dissertacao%20C%C3%ADntia%20Elisa%20Dhein.pdf Acesso 14 jul. 2015.
- DOU. **PORTARIA Nº 31, DE 28 DE ABRIL DE 2016**. In: Diário Oficial da União – Seção 1, n. 81. República Federativa do Brasil: Imprensa Nacional, abr. 2016. p. 4. Disponível pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=29/04/2016&jornal=1&pagina=4&totalArquivos=256 Acesso 07 mai. 2016.
- ENXAIMEL. [2013?]. Disponível casasenxaimel.com.br/page8.aspx Acesso 10 jul. 2015.
- FECOMERCIO SP. **Economia criativa nas cidades**. [São Paulo, SP]: Conselho de Criatividade e Inovação, 2012a. Disponível fecomercio.com.br/EventosInterna/Get/6029 Acesso 12 jul. 2015.
- FECOMERCIO SP. **Lançamento do Índice de Criatividade das Cidades**. [São Paulo, SP]: Conselho de Criatividade e Inovação, Fecomercio SP, 2012b. Disponível pt.slideshare.net/tutufischer/economia-criativa-nas-cidades-29032012-apresentao-do-ndice-de-criatividade-das-cidades Acesso 12 jul 2015.
- FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa ... e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Ivoti – RS**. [Brasília, DF]: [s.n], [201-]. Disponível [cod.ibge.gov.br/62Z](http://cod.ibge.gov.br/62Z) Acesso 01 jul. 2015.
- IVOTI. **Dados Municipais e Turismo**. [Ivoti – RS]: [Prefeitura Municipal de Ivoti], [201-]. Disponível [ivoti.rs.gov.br](http://ivoti.rs.gov.br) Acesso 01 jul. 2015.
- HOWKINS, J. ECOLOGIAS CRIATIVAS. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 124-129.
- KAGEYAMA: **CIDADE CRIATIVA**. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 54-59.
- KREUTZ, R. A. **Bom Jardim – Ivoti: No palco da história**. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 530 p.
- LANDRY, C. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo, SP: SESI-SP Ed., 2013. 96 p.
- \_\_\_\_\_. Cidade Criativa: a história de um conceito. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 7-15.
- LERNER, J. **QUALQUER CIDADE PODE SER CRIATIVA**. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 38-43.
- MARINHO, H. Cidades Criativas, Turismo e Revitalização Urbana. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ...** Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 251-260.
- MARTINS, R. B. LISBOA, CRIATIVA? In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 78-83.
- MINC. **MinC cria nova Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural**. Mar. 2015. Disponível [cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset\\_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/minc-cria-nova-secretaria-de-educacao-e-formacao-artistica-e-cultural/10883](http://cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/minc-cria-nova-secretaria-de-educacao-e-formacao-artistica-e-cultural/10883) Acesso 07 mai. 2016.
- \_\_\_\_\_. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**, 2011 – 2014. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2011. 148 p.
- \_\_\_\_\_. **SEC – Secretaria da Economia Criativa**. Mai. [2016~]. Disponível [cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec](http://cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec) Acesso 07 mai. 2016.
- \_\_\_\_\_. **Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural**. Mai. [2016~]. Disponível [cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa](http://cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa) Acesso 07 mai. 2016.
- PARDO, J. **GESTÃO E GOVERNANÇA NAS CIDADES CRIATIVAS**. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ...** Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 84-93.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

- REIS, A. C. F. **Cidades criativas**: da teoria à prática. São Paulo, SP: SESI-SP Ed., 2012. 236 p.
- \_\_\_\_\_; KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo, SP: Garimpo de Soluções, 2011. 176 p.
- \_\_\_\_\_; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. 252 p.
- ROCHA, A. L. .C.; ECKERT, C. A Memória como Espaço Fantástico. In: **Revista Iluminuras**, v. 1, n. 1. Porto Alegre, RS: BIEV, NUPECS/LAS/PPGAS/IFCH e ILEA/UFRGS, 2000. 14 p.
- ROTEM, E. K. **O Espaço público na cidade criativa**. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 138-147.
- VERHAGEN, E. QUALIDADE LÍQUIDA DE CIDADE. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, RJ: Publit, 2009. p. 106-115.
- VIVANT, E. **O que é uma Cidade Criativa?** São Paulo, SP: SENAC, 2012. 96 p.



UNIVERSIDAD  
DEL ZULIA

---



espacio  
abierto

Cuaderno Venezolano de Sociología

*Vol 27, N°1* \_\_\_\_\_

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en marzo de 2018, por el **Fondo Editorial Serbiluz**, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

[www.luz.edu.ve](http://www.luz.edu.ve)  
[www.serbi.luz.edu.ve](http://www.serbi.luz.edu.ve)  
[produccioncientifica.luz.edu.ve](http://produccioncientifica.luz.edu.ve)