

## **CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO NO BRASIL: uma pesquisa exploratória sobre o comportamento do poder público na implementação de estratégias e estratégias voltadas à economia da cultura durante a pandemia provocada pela COVID-19**

*UNESCO CREATIVE CITIES IN BRAZIL: an exploratory research on the behavior of public power in the implementation of strategies and strategies for the economy of culture during the pandemic caused by COVID-19*

**Marcelo Ferreira de Sousa<sup>1</sup>, Adilson da Silva Mello, Lauren Ferreira Colvara**

### **ORCID IDS**

Sousa MF - <https://orcid.org/0000-0002-8605-985X>

Mello AS - <https://orcid.org/0000-0002-1966-3686>

### **RESUMO**

Este artigo propõe uma análise exploratória acerca das ações do poder público das cidades brasileiras que compõem a rede UNESCO de Cidades Criativas, na elaboração de ações para auxílio e fomento da economia da cultura durante o isolamento social provocado pela crise sanitária mundial no período da pandemia de corona vírus. Primeiramente, realiza-se a contextualização teórica, discutindo os conceitos de Cidades Criativas e economia da Cultura, apresentando a composição teórica que sustenta o percurso desenvolvido, em seguida analisam-se os dados levantados sobre as cidades brasileiras que compõem a rede, a partir da extração de informações contidas nos endereços eletrônicos das plataformas institucionais das cidades observadas. Por fim, apontam-se considerações que relatam as ações promovidas pelas cidades, retratando diferentes comportamentos do poder público e alguns aspectos que demonstram atuações com baixo impacto no alcance do fomento da economia da cultura durante as dinâmicas transformações do mercado provocadas pelo isolamento social, mas que também refletem a necessidade de uma melhor estrutura de distribuição de recursos e alcance das estratégias de fomento mesmo em condições normais. Este artigo compõe o desenvolvimento de trabalhos interdisciplinares oriundos do programa de mestrado interdisciplinar de Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade da Universidade Federal de Itajubá.

Palavras-chave: Cidades Criativas. Indústria Criativa. Economia Criativa. Economia da Cultura.

### **ABSTRACT**

This article proposes an exploratory analysis about the actions of the public authorities of the Brazilian cities that make up the UNESCO Creative Cities network, in the elaboration of actions to help and foster the economy of culture during the social isolation caused by the global health crisis in the period of the pandemic of corona virus. First, the theoretical contextualization is carried out, discussing the concepts of Creative Cities and the economy of Culture, presenting the theoretical composition that supports the developed path, then the data collected on the Brazilian cities that compose the network are analyzed, starting from the extraction of information contained in the electronic addresses of the institutional platforms of the cities observed. Finally, considerations that point out the actions promoted by cities are pointed out, portraying different behaviors of the public power and some aspects that demonstrate actions with low impact in guaranteeing security and fostering the economy of culture during the dynamic

<sup>1</sup> Universidade Federal de Itajubá.

Autor Correspondente: [marceloeducafisico@gmail.com](mailto:marceloeducafisico@gmail.com)

Recebido em 01 de Julho de 2020; Aceito em 10 de Agosto de 2020.

---

transformations of the market caused by social isolation, but that also reflect the need for a better structure for the distribution of resources and the reach of development strategies even under normal conditions. This article comprises the development of interdisciplinary works from the interdisciplinary master's program on Development, Technologies and Society at the Federal University of Itajubá.

Keywords: Literature. Creative Cities. Creative Industry. Creative economy. Economics of Culture.

---

## INTRODUÇÃO

Ao pesquisar o conceito de cidades criativas percebe-se que, em geral, elas são definidas como espaços que, por processos de transformação de hábitos, aumentam seu potencial criativo, econômico e social. Durante tais processo trabalham eficientemente a relação entre atividades socioculturais, bem como a relação entre os setores: poder público, iniciativa privada e sociedade civil. A eficiência dessa relação pode promover a diversidade cultural e social; estimular o turismo; atrair talentos ou manter talentos locais; contribuir com um significativo aumento da economia local e da qualidade de vida dos cidadãos. Descrever o conceito de cidade criativa não dá conta de sua complexidade e, é portanto, uma tarefa difícil. É um exercício interdisciplinar.

Crivar ou cancelar uma cidade como criativa é assunto amplo, onde diversas perspectivas podem surgir ao defini-la conceitualmente. Olhando para as mais variadas interpretações sobre o conceito de cidade criativa, Reis & Kageyama (2011) reuniram acadêmicos, urbanistas e arquitetos de 18 países a fim de trazer um olhar analítico sobre a realidade de cidades dadas como criativas. Nas perspectivas encontradas pelos autores, aspectos como: inovações tecnológicas e sociais (sobretudo o modo como cidade é capaz de olhar para os velhos e novos desafios e se reinventar); cultura como ambiente propício para gerar a criatividade (para lidar com identidades e a dinâmica econômica da cidade); as conexões entre áreas diversas (setor público, privado e sociedade civil a fim de pensar e construir a cidade como um sistema); são características comuns entre cidades tratadas como criativas.

Em 2004, a UNESCO lançou a “Rede de Cidades Criativas” a fim de promover uma cooperação internacional entre as cidades que reconheciam a criatividade como um importante instrumento para

o desenvolvimento. A rede proposta pela UNESCO visa uma cooperação que coloca a criatividade como instrumento para o desenvolvimento. Atualmente a rede conta com mais de 189 cidades de todo mundo onde entre elas, estão as brasileiras: Santos, Brasília, Florianópolis, Curitiba, João Pessoa, Fortaleza, Salvador, Paraty, Belo Horizonte e Belém. Trabalhando com esse recorte das cidades brasileiras que compõem a rede Unesco de Cidades Criativas, pretende-se observar as ações desses municípios para o fomento da economia da cultura durante o período de isolamento social que está em curso, provocado pela crise sanitária do COVID-19.

No final da segunda metade de 2019, a China identificou um vírus ativo com potencial capacidade de contaminação em escala global. A evolução do vírus identificado pelos chineses ganhou escalabilidade tornando-se um problema sanitário que atingiu o mundo em 2020. Um problema com tamanho potencial de proliferação exigiu a implementação de estratégias de isolamento social para combater os avanços do vírus que evidentemente colocaram alguns modelos de negócios e culturas de mercado em xeque, sobretudo de serviços que não se encontravam ‘prontos’ para lidar com mudanças de comportamento de consumo tão repentinas e dinâmicas.

Tais mudanças, que afetam economias e impactam países fazem do contexto uma crise social de cunho biológico. O vírus que se mostra como um fenômeno social, em si mesmo é um fenômeno transdisciplinar, cujo impacto transcende áreas do conhecimento e, neste caso, essa pesquisa exploratória aborda algumas facetas dessa impacto na economia, no social e na cultura. Tais impactos afetam, por exemplo, o comportamento de cadeias produtivas da economia da cultura que buscam se reinventar, considerando que muitos de seus bens de consumo são serviços que dependem da aglomeração de pessoas. Diante de premissas como essa, o presente artigo observa,

de forma exploratória, como o poder público está agindo no auxílio dessa cadeia de economia criativa que se encontra desafiada em sua manutenção e adaptação de atividades econômicas durante o isolamento social.

Neste caso, verifica-se por fontes secundárias (considerando que não é possível identificar como foi, ou tem sido executada as etapas de elaboração), quais têm sido as ações, de implementação de políticas públicas como ferramentas de auxílio e/ou fomento dos serviços culturais que têm seus modelos fragilizados pelo cenário em curso, nos municípios brasileiros considerados pela Unesco como criativos. Acredita-se que este estudo pode contribuir com futuras análises que, investiguem a capacidade da gestão pública dessas “Cidades Criativas” ao lidarem com contextos de transformação, divergências e urgências impostas por intensas dinâmicas internas e externas.

## METODOLOGIA APLICADA

Os dados utilizados neste artigo foram obtidos a partir dos endereços eletrônicos institucionais das prefeituras das cidades, bem como dos endereços eletrônicos das respectivas secretarias municipais de cultura, fundações culturais e/ou outros arranjos administrativos definidos pelos municípios. Os endereços eletrônicos disponibilizaram informações sobre editais de fomentos encerradas e/ou em andamento, bem como informavam outras ações de fomento a linguagens culturais (música, literatura, teatro, circo, etc.), em formato digital durante o isolamento social. Parte relevante das informações foram encontradas nos endereços eletrônicos das assessorias de comunicação das instituições e canais de publicidade institucionais instalados em redes sociais digitais. O rastreamento das informações abrange o período entre 04 de março até 04 de junho de 2020.

A partir das informações coletadas foi realizada uma análise exploratória com o objetivo de identificar as diferentes ações entre as cidades brasileiras da rede UNESCO, observando suas convergências e divergências na elaboração e execução de ações públicas para o fomento da economia da cultura durante a crise sanitária. Uma vez organizadas as informações, foram elaboradas tabelas para representação e

análise desses comportamentos. Além disso, literaturas sobre o tema cidades criativas e economia da cultura auxiliaram na construção reflexiva do tema, bem como nas considerações sobre os resultados.

## LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Dada a condição de isolamento social, as buscas por informações acerca das ações aplicadas pelas 10 cidades se tornaram bastante complexas. Neste sentido, optou-se pela coleta das informações disponíveis nas plataformas digitais institucionais para realização desta pesquisa exploratória. Alguns endereços eletrônicos apresentavam informações pouco detalhadas o que limitou uma coleta de informações mais completa, bem como se tratam de dados secundários, visto que não foi possível identificar ações que apontassem o planejamento das estratégias aplicadas por cada município. Também não foram colhidas informações sobre as etapas de submissão e seleção dos projetos em relação os editais de fomento que foram mapeados a partir da pesquisa, bem como não foram colhidas informações a partir dos agentes culturais contemplados pelos editais que já apresentação projetos contemplados e em aplicação.

## CIDADES CRIATIVAS E A ECONOMIA DA CULTURA

O termo “Cidades Criativas” tem seu uso cunhado pelo arquiteto Charles Landry no final do século XX. Para Charles Landry (1994), as cidades são campos de eterna transformação e desafios e isso se revela na sua organicidade. Landry (1994) descreve a cidade como um ser vivo que tem fases de crescimento, estagnação e declínio. Neste sentido, a viabilidade urbana está na capacidade de adaptação para responder mudanças circunstanciais. O que o autor observa é que essa adaptabilidade é mais visível em cidades cuja dimensão econômica, cultural, social e ambiental encontram-se igualmente desenvolvidas.

Landry (2000), aponta para uma necessidade de equilíbrio entre essas dimensões afim de que seja possível encarar fases que podem ser circulares entre movimentos de crescimento – estagnação – declínio – estagnação – crescimento. Para que um ciclo não se interrompa em declínio ou pare em uma

---

estagnação permanente, outros ciclos podem surgir sem que ciclos anteriores efetivamente se encerrem. De certo modo, essa concepção dialoga com a premissa levantada pela socióloga Sharon Zukin (1995), que enfatiza que o problema é que fases como estagnação e declínio podem derivar de “um balanço simples entre investimento e emprego: o capital se move, a comunidade não (ZUKIN, p. 322)”. Isto quer dizer que, mais do que identificar ciclos, os autores apontam para uma necessidade de equilíbrio entre desenvolvimento econômico e social. Por isso, as cidades criativas se tornam interessantes objetos de estudo, posto que suas articulações buscam socializar seus problemas em busca de formas não convencionais e transversais às estruturas econômicas e políticas tradicionais.

Naturalmente não existe uma fórmula mágica e a criatividade não é a solução de todos os problemas urbanos. Em 2005, o pesquisador de economia urbana Richard Florida fala sobre a importância de perceber que a criatividade sozinha, não resolveria os problemas da cidade. Florida (2005), reflete que só a era criativa não daria conta dos problemas urbanos, das sociedades e das desigualdades. Para justificar isso, o autor aponta que nos Estados Unidos, os maiores centros criativos têm a mais alta incidência de desigualdade do país. Sem políticas e respostas públicas apropriadas, ela pode nos dividir entre os criativos e os não criativos. Por isso, o autor fala de uma necessidade em construir uma comunidade criativa, uma sociedade criativa, não apenas uma economia criativa.

Por outro lado, Charles Landry, sugere que a cultura pode dar forma às questões do planejamento urbano. Mas para isso, ela precisa deixar de ser considerada após questões de planejamento como habitação, transporte e uso fundiário terem sido resolvidas (Landry, 2000). Isso quer dizer que a cultura é sobretudo uma membrana que deve revestir todo o processo de (trans) formação de uma cidade e que pode ser instrumento para a construção daquilo que Florida vai chamar de comunidade criativa.

Embasada nos estudos de Landry, Reis (2012) traz alguns aspectos característicos de cidades criativas, tais como: “a valorização dos recursos culturais, so-

bretudo a diversidade; a correlação entre recursos culturais e potencial de desenvolvimento econômico; políticas públicas transdisciplinares; maior participação cidadã; existência de incentivos à criatividade; infraestrutura criativa (hard) e estado mental favorável à criatividade (soft), que promovem ideias, manifestações e busca de soluções criativas em toda a sociedade e em toda a economia. (REIS, p. 56)” Isso porque o fomento desse ambiente que visa uma comunidade criativa exige o entendimento sobre um outro aspecto que essencialmente compõe as redes de uma cidade criativa, a saber: A economia criativa.

O conceito de economia criativa surge com maior intensidade quando muitos países desenvolvidos voltaram sua atenção para o potencial de geração de renda oriundos de uma indústria criativa, principalmente quando, em 2007, o Instituto de Estatística da UNESCO apontou uma cifra de 407 bilhões de dólares movimentados no ano de 2006 pela comercialização de bens criativos. À época, isso demonstrava que a economia criativa demonstrava potencial capacidade em lidar com problemas.

Howkins (2001) fala de uma economia que tem a criatividade como instrumento econômico com regras e comportamentos próprios e que essas particularidades fazem com que os comportamentos e regras do mercado e indústria tradicionais não se apliquem totalmente ao seu modelo. Segundo Reis (2008), isso faz sentido porque ao potencializar-se na criatividade, a economia tem potencial para gerar desenvolvimento e crescimento, não apenas econômico, mas também sociais e culturais que, baseados pela diversidade podem promover o desenvolvimento humano. Segundo a autora, a economia criativa se torna cada vez mais indispensável conforme os avanços da globalização e o surgimento de novas mídias confrontam a defasagem de modelos tradicionais.

Dentro desse debate, surge o conceito de economia da cultura. Essa construção se dá ao observar uma indústria cultural que apresenta outras formas de economia, seja na produção, seja na construção de outras perspectivas de desenvolvimento. Contudo, para Throsby (2001), existe uma distinção importante entre indústria cultural e indústria criativa. A



indústria cultural envolve as artes criativas, tais como música, dança, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, multimídias, artes performáticas, etc. Isso implica uma diferença importante, porque o termo é comumente compreendido como uma indústria que produz bens ou serviços oriundos de atividades culturais/artísticas. Neste caso, modelos como o turismo e a propaganda, devem ser vistos como um elemento da indústria criativa, pois têm seus processos e atividades produtivas relacionadas à criatividade, mas não devem ser confundidas com componentes de uma indústria cultural, posto que suas operações e concepções acontecem fora do âmbito da cultura.

Para que isso se esclareça um pouco mais, pretende-se discorrer sobre a economia da cultura que também tem suas distinções<sup>1</sup>. Mendes & Almeida (2016), retratam muito bem essa distinção. Olhando para a importância da observação dos bens e serviços culturais colocados em circulação a fim de verificar a oportunidade de serem consumidos e se tornarem parte de um processo econômico, os autores ressaltam que, ainda que hajam semelhanças entre a economia da cultura e a economia tradicional, sua ordem estrutural se altera. Para isso, os autores trazem como exemplo a oferta versus demanda: “O simples fato de produzir um bem ou serviço não o insere dentro do mercado, é necessário oferta-lo. O preço monetário é único, mas o valor é plural e multiplamente simbólico (MENDES; ALMEIDA, 2016, p.200)”. A economia da cultura exige uma produção de bens de consumo que sejam continuamente ofertados, porém, sem uma linha de produção.

Todo esse valor simbólico que se agrega à economia da cultura e, todas suas particularidades, quando precisam lidar com uma repentina crise sanitária em escala global que afeta o modo de consumo das pessoas, colocam em xeque seu funcionamento. Observando esse desafio que afronta o potencial da economia da cultura, pretende-se fazer um levantamento das ações do poder público, que tem sido divulgadas na mídia, entendendo-se o poder público

como promotor de ações e instrumentos que auxiliem essa economia durante a crise social de cunho biológico que está em curso.

## A REDE UNESCO DE CIDADES CRIATIVAS NO BRASIL

Em 2004, a UNESCO desenvolveu um projeto de cooperação entre cidades que acreditam na economia criativa como ferramenta para o desenvolvimento urbano com maior inclusão social, cultural e sustentável. O sítio eletrônico da Unesco<sup>2</sup>, atualmente aponta para uma rede global com 189 cidades de vários lugares do mundo que atualmente fomentam 29 eventos de literatura, 34 de design, 38 de artesanato e arte popular, 13 de filme, 32 de música, 14 de artes de mídias e 26 de gastronomia espalhados pelo mundo.

Como dito anteriormente, dez cidades brasileiras compõem a Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Florianópolis, Belo Horizonte, Paraty e Belém compõem a rede como cidades gastronômicas, Brasília, Curitiba e Fortaleza pelo design, João Pessoa através do artesanato e artes populares, Santos através do cinema e Salvador através da música. Estas são as cidades cujo os dados foram pesquisados para este artigo, visando a identificação de ações que estão sendo desenvolvidas pelo poder público municipal durante a crise sanitária em curso a fim de auxiliar a economia da cultura no enfrentamento desses desafios de ordem economia e social.

## AS AÇÕES DESENVOLVIDAS NAS 10 CIDADES: DADOS COLETADOS E ANÁLISES

As dez cidades brasileiras se comportam de maneira diferente na aplicação de ações que possam auxiliar a economia da cultura durante a crise sanitária, sobretudo, em virtude da necessidade de isolamento social. O que de antemão vale destacar é que nenhuma das cidades têm ações voltadas especificamente para sua área de fomento dentro da rede UNESCO, ou seja, suas ações buscam contemplar outras áreas da economia da cultura, mas não foram identificadas

1 É preciso deixar claro que o artigo pretende tratar da economia, como um aglomerado de atividades desenvolvidas por sujeitos e que visam produzir, distribuir e consumir bens e/ou serviços (Mendes & Almeida (2016). Portanto, não se trata de um olhar que reflete a economia com lentes sociais, políticas ou filosóficas.

2 Creative Cities Network. <https://en.unesco.org/creative-cities/home>, acessado em 10 de agosto de 2020.

---

ações focadas na linguagem chancelada pela UNESCO. Apenas a cidade de Santos apresenta ações mais próximas de sua linguagem chancelada (cinema), mas mesmo assim não são ações diretamente ligadas a referida linguagem, mas se trata de uma ênfase ao audiovisual.

Como citado, no caso de Santos/SP, foi possível identificar ações de incentivo através do projeto “Hora da Cultura Digital” que tem por finalidade credenciar profissionais das áreas artísticas e culturais para a realização de apresentações e exposições de produções audiovisuais em canais eletrônicos da Secretaria Municipal de Cultura e/ou autarquias de gestão da cultura. As apresentações artísticas e culturais são apresentadas nas seguintes linguagens em seu edital de chamamento público Nº 03/2020 – SECULT: música, circo, dança, teatro, contação de histórias, literatura, artes visuais, audiovisual – curtas metragens, audiovisual – websérie. As propostas se limitam ao máximo de 3 pessoas e o edital remunera em 650 reais cada proposta aprovada (ou seja, em um projeto com três integrantes esse valor deverá atender aos três). O edital não limita número de projetos aprovados, mas tem critérios de desclassificação para aqueles projetos que não atingirem nota mínima de 35/100 mediante avaliação de comissão. Mesmo assim, o edital deixa claro que contratará de acordo com suas disponibilidades orçamentárias, o que impede imediatamente uma visualização mais clara sobre o quanto o município pretende aplicar ou já aplicou através desta política. Além do edital, a cidade desenvolveu outras maneiras de interação com seus cidadãos. A Secretaria disponibiliza via o seu Canal no Youtube “Cultura Santos” produções como da Orquestra Sinfônica Municipal e outras produções já registradas em seus domínios virtuais. Parcerias com pequenos produtores de artesanato e gastronomia também foram encontradas. A secretaria de Cultura municipal via a rede social digital Instagram pelo endereço “@feito.emsantos”, criou uma ‘vitrine on-line’ de produtos artesanais feitos a mão e produzidos por artesãos da cidade. Neste caso, o canal da prefeitura serve apenas de intermediário e as transações comerciais acontecem diretamente com produtores.

Belém/PA apresenta um edital Nº 002/2020 de credenciamento de artistas para contratação de apre-

sentações artísticas, culturais e ou patrimoniais em formato digital. A ação que leva o nome “Embalando a arte na rede” usa de redes sociais digitais gratuitas para a circulação dos materiais (o edital aponta para o Youtube, Instagram, Facebook e outros sítios eletrônicos da rede mundial de computadores como canais de difusão). O edital indica a aplicação de quinhentos mil reais em fomento para até 150 projetos individuais com remuneração de mil duzentos e cinquenta reais por projeto, até 50 projetos em dupla com remuneração de dois mil e quinhentos reais por projeto e até 50 projetos em formato de trio, com valor de três mil e setecentos reais por projeto. O recurso é oriundo do Fundo Municipal de Cultura e visa contemplar áreas e linguagens tão amplas quanto as da cidade de Santos.

Belo Horizonte/MG aplica o edital oriundo do Fundo Municipal de Cultura na ordem de 1,06 milhão que contempla projetos de 54 empreendedores da cidade com teto financeiro de até 20 mil reais, via o decreto municipal Nº 17.298/2020. Além disso, a Secretaria Municipal de Cultura e a Fundação Municipal de Cultura em parceria com o Centro de Intercâmbio e Referência Cultural promovem a ação especial “Circuito em Casa” que promove e fomenta a produção cultural da capital e regiões metropolitanas a partir de transmissões online ao vivo e exibição de vídeos de apresentações musicais, artes cênicas, literatura, audiovisual como curtas metragens e filmes, debates, cultura popular e atividades formativas voltadas a diversos públicos fomentando a produção artística local. O Circuito em andamento, contemplará 45 propostas com formatos que podem ser inéditos ou não e, cada proposta aprovada receberá um cachê de mil reais. Ambos projetos já são implementados no município e é possível notar que eles se adaptaram as condições impostas pela crise do isolamento, mas que já são projetos consolidados no município.

A cidade de Florianópolis/SC, através da Fundação Cultural Franklin Cascaes aplica um edital de chamamento público 0326/2020, com concessão de novecentos e noventa mil reais para projetos artísticos e culturais nas áreas de patrimônio e humanidades, artes e diversidade cultural. Por sua vez, as três áreas se dividem em dois eixos: formação/pesquisa, produção/difusão. O recurso se divide entre pessoa ju-

rídica onde se disponibiliza cento e oitenta mil reais e pessoa física que aporta oitocentos e dez mil reais para projetos inscritos nessa categoria. O montante aplicado e os critérios para submissão de projetos e aprovação tem capacidade de contemplar 66 projetos com tetos financeiros de 10, 15 e 20 mil reais. Assim como em outras cidades, a Fundação Cultural usa de suas redes sociais digitais para veicular atividades em formato online e/ou reprodução de materiais. A Fundação de Florianópolis ainda promove visita virtuais guiada em seus museus agora em formato digital. Por fim, através da Fundação a Prefeitura ainda disponibiliza uma rede de outras atividades online para população como oficinas, vídeo, entre outros, também em plataformas digitais institucionais e redes sociais digitais.

A cidade de Curitiba/PR, através de sua Fundação Cultural lança o edital “FCC Digital” que em caráter emergencial aplica quatrocentos e cinquenta mil reais que seleciona 300 projetos em diversas linguagens pelo edital de chamamento nº 013/2020. Os projetos contemplados recebem o valor de mil e quinhentos reais pela divulgação nas redes sociais digitais da Fundação. Essa foi a única estratégia identificada como iniciativa do poder público para o fomento do setor cultural em Curitiba.

No caso de Brasília/DF, as ações de fomento à economia da cultura durante o isolamento social abrangem todo o estado. O Distrito Federal não é administrativamente organizado por municípios e sim por regiões, portanto, seus editais trabalham com fundos orçamentários maiores. O edital de chamamento Nº3/2020 é bem abrangente e contempla as linguagens: artes plásticas e visuais, artesanato, áudio visual, cultura popular e manifestações tradicionais, dança, design e moda, fotografia, gestão cultural, literatura, escrita e oralidade, manifestações circenses, música, ópera e musical, patrimônio histórico e artístico material e imaterial, teatro. Aplicando dois milhões e cinquenta mil reais, o edital contempla 104 projetos com tetos financeiros que variam entre 15, 50 e 100 mil reais. Além disso, A Secretaria Estadual oferece capacitações on-line no formato de oficinas sobre os principais instrumentos de fomento à cultura oferecidos e, a Secretaria Estadual também desenvolveu com o apoio da rádio cultura o “Rolê Cultural”

que permite passeios virtuais aos espaços e museus da Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

As demais cidades da rede registram em seus canais eletrônicos, atuações diferentes das cidades que aplicam editais de fomento como ações de políticas aplicadas à economia da cultura. A cidade de Fortaleza/CE por exemplo, realizou a antecipação de 25% do valor previsto para o edital das Artes de Fortaleza referente ao ano de 2020 destinando um milhão de reais para o programa denominado “Uma Força para a Cultura” que concede auxílio emergencial aos profissionais do setor cultural. O poder público não parece indicar para editais de fomento à produção e circulação de produtos culturais. O auxílio que tem valor de duzentos reais e atende 3.744 trabalhadores da cultura (não foi possível identificar etapas de cadastramento destes trabalhadores). Além disso, a cidade também mudou o formato do evento presencial “Literatura em Foco” para veiculação digital com apresentações que discorrem sobre gêneros literários e autores usando do Facebook e Instagram para aplicar sua programação.

Outras ações foram detectadas no município como a digitalização das ações do equipamento municipal “Vila das Artes”, que está promovendo diversas atividades ligadas à acessibilidade, mecatrônica e arte e cultura digital, organizadas pelos próprios gestores do referido equipamento. Destinadas a artistas, pesquisadores, grupos ou coletivos que atuam no segmento de arte e cultura digital, a “1ª Semana de Arte e Cultural Digital da Vila das Artes” apresenta temas ligados à arte, tecnologia, cultura *cyber*, *game-designer* e novas mídias, através da rede social Youtube. Além disso o equipamento público “Vila das Artes” apresenta seu formato “Vila na Rede” digitalizando o maior número possível de atividades culturais e sessões de cinema a fim de que o equipamento não pare de oferecer atividades durante o isolamento social.

Seguindo a mesma linha de Fortaleza/CE, Salvador/BA e João Pessoa/PB apresentam ações com um caráter mais assistencialista, que visam a distribuição de cestas básicas para os agentes culturais locais. Não foram encontradas informações que apontassem para editais de fomento ou outras ações que gerassem fomento a economia da cultura nessas três cidades.

---

A prefeitura de Salvador aponta para ações de assistência social a partir da distribuição de 2,3 mil cestas básicas para os agentes culturais locais. Conforme notícias encontradas no site institucional da Prefeitura, o município também vem realizando o cadastro dos agentes culturais que atuam na cidade, bem como em quinze de abril, lançou uma plataforma online para receber doações. Com o objetivo de arrecadar recursos para o Fundo Municipal de Assistência Social, seu lançamento contou com o engajamento de artistas baianos de renome nacional como Claudia Leite e Daniela Mercury. A iniciativa, conforme exposta pelas publicações da assessoria de comunicação no endereço eletrônico do município, não permitem maiores detalhamentos. Por exemplo, o endereço eletrônico institucional da prefeitura indica que os recursos arrecadados serão aplicados na compra de cestas básicas, materiais de higiene pessoal, fraudas geriátricas, mascaras de proteção, álcool gel 70% entre outros insumos, mas não indica o público. Por fim, a Fundação Cultural da cidade indica uma ação de acesso a livros digitais que tem como foco conquistar leitores digitais a fim de oferecer “distrações em tempos de isolamento social”.

João Pessoa também apresenta ações semelhantes às da capital baiana, com plataformas digitais de seus órgãos de fomento a cultura pouco atualizados, a capital paraibana foi a cidade cujo o site da prefeitura municipal dispõe de informações gerais apenas, dificultando a obtenção de detalhes sobre as iniciativas. As notícias encontradas no endereço eletrônico da prefeitura municipal de João Pessoa, assim como da de Salvador, apontam para ações de assistência social que no período delimitado pela pesquisa já havia entregue 490 cestas básicas para grupos de cultura popular, abrangendo também os músicos de forró pé de serra e artistas de teatro e circo. O canal do poder executivo também aponta para ações em parceria com a Fundação Cultural que promove apresentações de banda instrumental em algumas localidades da cidade durante o isolamento social. As apresentações respeitam os critérios de isolamento social, o que se aplica de outra maneira aos músicos da banda, que segundo descreve a notícia, se deslocam em uma Van com capacidade para 16 pessoas. As notícias institucionais ainda apontam para a manutenção de projetos com vídeos aulas de música e o

pagamento de bolsas e “cestas nutricionais” (cestas básicas) para universitários e estudantes do projeto de “ação social pela música” (sem apresentar mais detalhes).

Diferente de todas as demais cidades, Paraty parece apresentar estratégias de valorização a aspectos históricos da atuação cultura na cidade através do poder público. Não foi possível identificar ações ou notícias nos portais eletrônicos institucionais da prefeitura ou em outros canais digitais que revelassem ou indicassem políticas de fomento no modelo de editais, ou assistenciais. Mas, identificou-se a ação intitulada “A cultura agora está na sua casa” que parece ser um processo de fomento e valorização histórica das ações já desenvolvidas na cidade com certa ênfase a Casa da Cultura e suas atividades desenvolvidas há mais de uma década. A Secretaria Municipal esclarece que as iniciativas estão sendo ajustadas ao contexto do isolamento social e inicia suas ações digitais através de aulas de apreciação musical com formatos que valorizam a acessibilidade.

A prefeitura usa as redes sociais digitais, apontando de maneira mais enfática para o Facebook e Instagram para veicular informações sobre as atividades.

As informações coletadas sobre as ações das cidades foram sistematizadas na Figura 1 a seguir:



Figura 1.



Fonte: Endereços eletrônicos das prefeituras das dez cidades e fundações culturais municipais. Coleta de fevereiro a junho de 2020.

A Figura 1 apresenta as diferenças entre as ações realizadas pelas cidades que refletem certa composição por regiões brasileiras. Enquanto as cidades localizadas nas regiões sul e sudeste do Brasil (Curitiba, Florianópolis, Santos e Belo Horizonte) apresentam editais de fomento, as cidades que compõem a região nordeste do país (Fortaleza, João Pessoa e Salvador) apresentam ações de cunho assistencialista. A cidade de Belém (região norte do Brasil), segue o grupo das regiões sul e sudeste, também aplicando edital de fomento e o mesmo acontece com Brasília, localizada na região centro-oeste. Já a cidade de Paraty/RJ, patrimônio histórico da humanidade, têm ações que dão ênfase ao histórico de ações do município, ou seja, a cidade parece dar destaque ao seu valor histórico a partir da ênfase às ações já desenvolvidas na cidade ao longo dos anos.

Outra maneira de observar as informações, pode refletir a capacidade de alcance das ações, bem como de aplicação de recursos oriundos do poder público.

Ainda que expressivos, os valores de fomento atendem um número limitado de projetos, ou seja, apesar dos esforços particulares de cada município, nem todos os empreendedores da cultura são contemplados pelos editais. Com exceção de Belo Horizonte que apresenta dois canais de fomento por edital, o que amplia um pouco mais esse alcance, nas demais cidades não foram identificados outros editais ou novas edições do mesmo edital previstas para contemplar futuramente outros produtores.

O gráfico a seguir permite estabelecer uma relação entre as cidades que usam dos editais apontado em conjunto: os recursos aplicados, valor médio por projeto e o número de projetos contemplados. Ao se observar os números dessa maneira, o estudo não considera as limitações orçamentárias que são próprias de cada um dos municípios, portanto, não se trata de apontar os municípios que mais aplicam recursos, o que se pretende é demonstrar que, apesar dos esforços na aplicação de editais de fomento:

Gráfico 1.



O gráfico permite verificar que, apesar dos editais serem voltados às ações que fomentam a produção, circulação e consumo de bens e serviços culturais que apresentam números expressivos de recursos aplicados, os valores dedicados aos projetos contemplados não apresentam a mesma expressão. O número de projetos contemplados é pequeno quando comparado ao valor dos recursos aplicados aos editais, ou seja, muitos empreendedores da cultura podem ficar de fora do fomento que apesar auxiliar, define por mérito de classificação quem receberá o recurso e quem ficará de fora. Apesar das estratégias aplicadas tratarem de editais de caráter emergencial, a maneira como os editais foram formatados e distribuem os recursos, podem refletir a necessidade de repensar os modelos de seleção de projetos e editais de fomentos mesmo fora de um contexto como este que crise sanitária impõe a economia da cultura.

Por fim, notou-se que um aspecto comum entre as dez cidades é o uso redes sociais digitais Instagram, Youtube e Facebook para a difusão de bens e serviços culturais, bem como, comunicar e transmitir as ações aplicadas pelas cidades. Todas as transmissões de eventos, oficinas, shows, palestras e etc. são feitas em canais dentro dessas redes sociais que se apre-

sentam como oficiais da administração pública. Com a necessidade do isolamento social em escala global, essas plataformas digitais apresentaram grande crescimento no número de usuários e no tempo de permanência desses usuários em suas plataformas. Isso fez com que a difusão de transmissões ao vivo se tornassem um consumo atrativo. Muito provavelmente por conta deste crescimento, as cidades adotaram esses mesmos veículos para difundir seus conteúdos.

Além do relevante papel das redes sociais para difusão dos bens culturais fomentados pelos editais, o uso das redes sociais digitais tem sido ferramenta de manutenção financeira de muitos negócios culturais que tiveram seus ativos parcial ou plenamente interrompidos pela necessidade do isolamento social. Aplicando esse uso, a cidade de Santos de destaca em relação as demais cidades ao criar sua 'Vitrine Online' para fomentar e intermediar a promoção do comércio de produtos artesanais da cidade. No entanto, inda que sejam importantes ferramentas de auxílio na circulação de bens e serviços culturais, as cidades ainda precisam elaborar ações que visem a exploração dessas plataformas digitais como possíveis novos espaços de negócios para a economia da cultura.

A luz dos critérios da Unesco, não foi identificado entre as 10 cidades brasileiras ações que destacassem o engajamento de ações voltadas especificamente as linguagens pelas quais a Unesco as chancelou. O que foram identificadas foram ações de fomento que procuram de alguma maneira contemplar várias linguagens.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar dos esforços em ações já aplicadas e informadas através de seus canais de comunicação institucionais, as cidades ainda não apresentam plena capacidade em assegurar maiores equilíbrios para economia da cultura durante o período de isolamento social que ainda está em curso. Naturalmente que as crises provocadas pela pandemia de COVID-19 impõem imensos desafios a administração pública. Neste sentido, as cidades criativas brasileiras que compõem a Rede UNESCO têm buscado aplicar ações de auxílio que refletem em dada medida, sua capacidade e limitações na aplicação de recursos destinados ao fomento da economia da cultura, bem como na construção de ações que visam lidar com a dinâmica imposta pela pandemia que exige uma digitalização dos serviços e bens oriundos da economia da cultura.

Destaca-se ainda que, não foi possível verificar junto à UNESCO e às cidades, de que maneira a Rede

tem cooperado entre si diante do contexto imposto, o que pode provocar observações futuras que verifiquem a capacidade de cooperação da rede entre as cidades brasileiras. Mais do que isso, provoca investigações futuras que possam responder melhor sobre a real capacidade da economia da cultura em enfrentar desafios e crises econômicas com essas intensidades de transformação. Se em algum momento a economia criativa foi identificada com esse potencial, é preciso verificar melhor qual é a real capacidade da economia da cultura, que por hora se mostra mais exposta as fragilidades impostas por essas transformações do que modelos de uma economia mais tradicional.

O que se pretendeu fazer com este artigo, não foi propriamente uma crítica aos modelos aplicados neste cenário de crise sanitária, mas um convite a reflexão sobre a formatação da ações de planejamento e aplicação de editais de fomento. Em outras palavras, ainda que em caráter emergencial, os formatos dos editais podem refletir propostas de aplicação que requerem outras formatações quando se trata de alcançar mais empreendedores da cultura e que, o contexto da crise sanitária serve para perceber como a distribuição dos recursos pode ser planejada de outra maneira a fim de contemplar um número mais de agentes culturais em relação aos recursos financeiros aplicados.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cristóvão Domingos; MENDES, Cleber Morelli. **O desenvolvimento da economia criativa no Brasil: uma perspectiva através da indústria cinematográfica brasileira**. Verso e Reverso: Unisinos.2016.

BELÉM, Fundação Municipal. <http://fumbel.belem.pa.gov.br/festival-embalando-a-arte-na-rede/>. Acessado em 9 de junho de 2020.

BELO HORIZONTE, Prefeitura Municipal. <https://prefeitura.pbh.gov.br/>. Acessado em 06 de junho de 2020.

BELO HORIZONTE, Prefeitura Municipal. Editais: <https://prefeitura.pbh.gov.br/cultura/editais/lmic-2020-fundo>. Acessado em 06 de junho de 2020.

BRASÍLIA, Distrito Federal. <http://www.cultura.df.gov.br/conecta-cultura/>. Acessado em 10 de junho de 2020.

BRASÍLIA, Distrito Federal. Editais: [http://www.cultura.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2017/11/EDITAL-N%C2%BA-3\\_2020-FAC-REGIONALIZADO.pdf](http://www.cultura.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2017/11/EDITAL-N%C2%BA-3_2020-FAC-REGIONALIZADO.pdf). Acessado em 10 de junho de 2020.

CASCAES, Fundação Municipal de Cultura de Florianópolis Franklin. <https://www.casadaculturaparaty.org/>. Acessado em 9 de junho de 2020.

CURITIBA, Fundação Cultural. <http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br>. Acessado em 10 de junho de 2020.

CURITIBA, Fundação Cultural. Editais: <http://www>.

---

fundacaoculturaldecuritiba.com.br/editais/. Acessado em 10 de junho de 2020.

FLORIANÓPOLIS, Prefeitura Municipal. Editais: <https://cultura.sc/floripa/editais>. Acessado em 9 de junho de 2020.

FLORIDA, R. *Cities and the creative class*. Nova York: Routledge. 2005.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. <https://cultura.fortaleza.ce.gov.br/> Acessado em 10 de junho de 2020.

HOWKINS, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. New York, Penguin Global, 304 p.

JOÃO PESSOA. Prefeitura Municipal. <http://www.joaopessoa.pb.gov.br>. Acessado em 10 de junho de 2020.

LANDRY, C. *The creative city - a toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia/Earthscan. 2000.

LANDRY, C.; BIANCHINI, Franco. *The Creative City. Working paper 3: Indicators of a Creative City - a methodology for assessing urban viability and vitality*. London: Comedia, 1994.

PARATY, Prefeitura Municipal. <http://paraty.rj.gov.br/informativo/noticias/a-cultura-agora-esta-na-sua-casa>. Acessado em 8 de junho de 2020.

PARATY, Prefeitura Municipal. <https://www.casadaculturaparaty.org/> Acessado em 8 de junho de 2020.

REIS, A.C.F. 2008. **Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico**. In: A.C.F. REIS, Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento. São Paulo, Itaú Cultural, 267 p.

REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). **Cidades Criativas – Perspectivas**. 1ª ed. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions. 2011.

REIS, A. C. *Cidades Criativas: da teoria à prática*. São Paulo: SESI-SP. 2012.

SALVADOR, Prefeitura Municipal. <http://www.comunicacao.salvador.ba.gov.br> Acessado em 07 de junho de 2020.

SALVADOR, Prefeitura Municipal. <http://saltur.salvador.ba.gov.br/> Acessado em 07 de junho de 2020.

SALVADOR, Prefeitura Municipal. <http://www.cultura.salvador.ba.gov.br/> Acessado em 07 de junho de 2020.

SALVADOR, Prefeitura Municipal. <http://saltur.salvador.ba.gov.br/> Acessado em 07 de junho de 2020.

SALVADOR, Prefeitura Municipal. <http://www.cultura.salvador.ba.gov.br/> Acessado em 07 de junho de 2020.

SANTOS, Prefeitura Municipal. <https://www.santos.sp.gov.br> Acessado em 9 de junho de 2020.

SANTOS, Prefeitura Municipal. Editais: [https://www.santos.sp.gov.br/static/files\\_www/conteudo/pdfs/edital\\_de\\_chamamento\\_publico\\_03-2020\\_-\\_secult.pdf](https://www.santos.sp.gov.br/static/files_www/conteudo/pdfs/edital_de_chamamento_publico_03-2020_-_secult.pdf). Acessado em 9 de junho de 2020.

THROSBY, D. *Economics and culture*. Nova York, Cambridge University Press, 228 p. 2001.

UNESCO. **Creative Cities Network**. Disponível em: <http://en.unesco.org/creative-cities/home> acessado em: 10/03/2019.

ZUKIN, S. *The Cultures of cities*. Em S. Zukin, *The Cultures of cities* (p. 322). Malden: Blackwell. 1995.