

ARTIGO

Manifestos contra-criativos: etnografia de territórios e classes criativas em contradição

JOSÉ LUÍS ABALOS JÚNIOR

Universidade Federal do Rio Grande (ICHI/FURG), Rio Grande- Rio Grande do Sul, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0003-2821-0969>
abalosjunior@gmail.com

Em maio de 2021, consegui alugar uma sala em um importante espaço onde ocorriam manifestações culturais e inovadoras. Em um poste em frente a esse local havia um curioso aviso: “seja criativo, ou morra”. Essa anedota foi dita por Richard Florida, em 2005, logo após o lançamento de *The Rise of the Creative Class*, que já estava a caminho de se tornar um best-seller internacional e um fenômeno de influência para o planejamento urbano. Nesse espaço havia flores, mesas de trabalhos coletivas, sofás aconchegantes, boa internet e uma máquina de café com leite vegano. Havia também um fluxo de pessoas que entravam e saiam, na sua maioria brancas com formação vinculadas à área das artes e da comunicação. Jones era uma delas. Esse jovem estudante de design vinha trabalhar todos os dias de bicicleta e me falou sobre sua experiência em empreendedorismo social. Todos esses são indícios de que Jones era criativo e estava longe de morrer, seguindo o script do inusitado aviso do poste. Mas também apontam para a ideia de como a noção de criatividade vem sendo apropriada por uma diversidade de agentes e instituições que planejam o que chamamos de “distritos criativos”.

Neste artigo, procuro demonstrar como as ideias de Classe Criativa, de Richard Florida (2005, 2014), e Cidade Criativa, de Charles Landry (1995, 2013) se disseminaram nos planejamentos urbanos de muitas capitais globais e são um espaço para possíveis descrições etnográficas. Dada a popularidade da ideia Cidades Criativas, há uma grande possibilidade de você, que está lendo este texto, tenha vivido ou passado por lugares que nos quais há um desenvolvimento de políticas urbanas destinadas a incentivar principalmente o crescimento econômico, mas também a coesão social e participação cultural através da premissa da “criatividade”. Como disse Malanga (2004, p. 36) a ideia de criatividade

vem “varrendo a América urbana”, mas o pressuposto deste artigo é que não há nada ontologicamente criativo em termos geográficos: uma Cidade Criativa refere-se à construção social de uma ideia de criatividade, implicando processos de (auto)reconhecimento.

No que se refere a questões metodológicas, eu me utilizo de uma análise sistemática de literatura e etnografia. No primeiro caso, foco nos conceitos de Cidades e Classes Criativas, assim como em suas críticas. Encaro essa ferramenta de pesquisa como uma análise textual discursiva, que, segundo Moraes e Galiazzi (2007), é um processo auto-organizado de produção de novas compreensões em relação aos fenômenos que examina, no caso as teorias de Charles Landry e Richard Florida. Já no que se refere a etnografia, podemos dizer que a “interação é condição de pesquisa” (Eckert & Rocha, 2008) e que, aplicado ao universo de análise aqui indicado, se trata de um acompanhamento de cerca de um ano que tive em um território da cidade de Porto Alegre denominado Quarto Distrito e mais especialmente na Associação Cultural Vila Flores.

Início este texto apresentando as ideias de Cidade Criativa e de Classe Criativa, buscando localizá-las dentro de uma produção que visa relacionar economia criativa e planejamento urbano. É desta fusão conceitual que partimos para pensar o que são os “Distrito Criativos”, seus projetos e contradições. Logo depois, apresento uma experiência empírica de coleta de dados e análise baseada no método etnográfico. Por fim, busco relacionar algumas críticas aos conceitos de Cidade e Classe Criativa, associando-as com reflexões baseadas em observação direta e em entrevista que obtive no trabalho de campo.

Cidades e classes criativas: genealogia de dois conceitos nada particulares

Desde que o termo “Cidade Criativa” foi articulado pela primeira vez nas esferas políticas por Charles Landry no final da década de 1990, ele tem sido usado como veículo para o tipo de (re)desenvolvimento urbano testemunhado em inúmeros outros bairros e cidades em todo o mundo. Se atualmente podemos articular o adjetivo “criativo” relacionando-o com a ideia de cidade, no final de década de 80, os termos-chave discutidos foram cultura, artes, planejamento cultural, recursos culturais e indústrias culturais (Mould, 2018; Vanolo, 2013). Landry e Bianchini escreveram o que denominaram de “manifesto da Cidade Criativa”, em 1995, no qual sugerem que “a criatividade pode ser mobilizada para ajudar a resolver os inúmeros problemas da cidade” (Bianchini & Landry, 1995). A ideia de Cidade Criativa está relacionada aos processos de desindustrialização e desinvestimentos em determinadas áreas urbanas marcadas por um histórico industrial. Segundo Landry:

Em sua formulação original, a noção de ‘Cidade Criativa’ concentrava-se fortemente no potencial das indústrias culturais, pois parecia que as cidades precisavam se concentrar no que as tornava únicas e especiais. Neste contexto, os projetos artísticos e a reutilização de edifícios antigos foram especialmente significativos. (Landry, 2013, p. 2).

Este melhor aproveitamento dos ativos urbanos e a busca por uma autenticidade territorial se apresenta como um manual, ou um “kit de ferramentas” (Landry, 1995), para o pensamento de um planejamento urbano contemporâneo preocupado com o destino mais criativo das cidades. Tendo como um público-alvo gestores urbanos, o livro *The Creative City* teve seu primeiro lançamento no ano de 1995 e defende sobretudo que as mudanças de mentalidade podem gerar vontade, empenho e energia que nos permitem olhar de novo as possibilidades urbanas. São descritas várias abordagens e métodos para “pensar criativamente”, “planejar criativamente” e “agir criativamente”. Em sua totalidade, eles fornecem uma nova maneira de abordar o planejamento urbano.

Desta forma, o conceito de Cidade Criativa parte de uma suposição de que qualquer pessoa pode imaginar cidades melhores, e cabe aos planejadores usarem essas ideias e aplicá-las no meio urbano. Não são apenas os artistas e os envolvidos na economia criativa que são criativos, embora desempenhem um papel importante. A criatividade pode vir de qualquer fonte, incluindo qualquer pessoa que aborde questões de forma inventiva – seja um empresário, um assistente social, um cientista, um engenheiro ou um administrador público. No entanto, a criatividade é legitimada nas artes, e a criatividade artística tem qualidades especiais que combinam bem com as necessidades da economia do conhecimento orientada por ideias como:

A ideia da Cidade Criativa defende a necessidade de uma cultura de criatividade ser incorporada na forma como os atores urbanos operar. Implica reavaliar o regime de regulamentação e incentivos e avançar para uma ‘burocracia mais criativa’. A boa governação é em si um ativo que pode gerar potencial e riqueza. Ao estimular a criatividade e legitimar o uso da imaginação nas esferas pública, privada e comunitária, o banco de ideias de possibilidades e soluções potenciais para qualquer problema ou oportunidade urbana será ampliado. (Landy, 2013, p. 5).

Nesse sentido, é interessante pensarmos como a ideia de criatividade foi, gradativamente, sendo incorporada aos discursos de gestores urbanos e marcou seu espaço da linguagem das agendas das políticas urbanas. Contudo, não foi só o livro de Landry que contribui neste percurso apropriação gramatical da criatividade no meio urbano. Como já citado, quase uma década depois Richard Florida (2004) cunhou o termo “Classes Criativas” e foi descrito como “o livro mais popular sobre economias regionais na última década” por Glaeser (2004, p. 1). O que é distintivo na tese de Florida, é a afirmação mais específica de que lugares boêmios funcionam como “ímãs de talentos” e que as novas agendas urbanas deveriam não só prestigiar estes territórios, mas, principalmente, fomentá-los. Bairros de baixa renda ou distritos em declínio, como áreas de armazéns abandonadas onde emerge uma cultura “boêmia”, que pode incluir artistas e artesãos de vanguarda que compartilham um *ethos antiestablishment*, são vistos aqui como uma força motriz para o desenvolvimento criativo das cidades.

A Classe Criativa é definida de maneira abrangente por Florida: são advogados, professores, artistas e cientistas, e o que une esses grupos heterogêneos provindos de diversos núcleos de sociabilidade seria um “capital intangível” que lhes dotaria de certos talentos relacionados à criatividade. Para além da definição em termos de competências adquiridas, a Classe Criativa também se distinguiria pela posse de um “capital simbólico” (Bourdieu, 1976) que se manifesta em hábitos, rotinas, sensibilidades culturais e estilos de vida que prezam pela diversidade e cosmopolitismo. Dessa forma, um dos objetivos de um planejamento ur-

bano estratégico seria atrair os membros da Classe Criativa e usufruir do suposto crescimento econômico advindo da sua presença em determinados territórios da cidade. A função das gestões municipais seria oferecer um ambiente acolhedor e culturalmente vibrante para os criativos, investindo nas amenidades e equipamentos que esses segmentos sociais identificam como prazerosas em seus gostos e estilos de vida.

Como Florida explicou à revista Money, é preciso pensar “o que torna um lugar quente” ressaltando a necessidade de esforços corporativos e governamentais para o fomento de uma economia de cultura que revitalize as cidades. Dessa forma, um ambiente atraente para os jovens deve fazer “parte do mix” das cidades contemporâneas. Esse ambiente mais vibrante de troca de conhecimentos, proporcionado sobre tudo pelas cidades maiores, foi denominado de “burburinho” (Storper & Venables, 2004), “bom clima de negócios” (Logan & Molotch, 1987) e “bom clima de pessoas”, pelo próprio Richard Florida (2004). O argumento de Florida enfatiza que a prosperidade econômica regional hoje depende, acima de tudo, da combinação de “tecnologia, talento e tolerância”. Esses chamados “três T’s” tornaram-se uma abreviação atraente usada frequentemente por membros da classe política para justificar e divulgar projetos de desenvolvimento urbano voltados para tornar uma cidade um ímã para tipos criativos. Segundo Stefan Krätké:

A teoria da Classe Criativa de Florida caracteriza-se por uma simplicidade aparentemente convincente: elenca os fatores de sucesso do desenvolvimento econômico regional na era da competição internacional e é bastante pragmática na medida em que apresenta orientação e plano de ação para a decisão política para planejadores urbanos (Krätké, 2010, p. 2).

As teorias da Cidade Criativa e da Classe Criativa se conectam e se distanciam em alguns pontos. A disseminação dessas versões de criatividade urbano-econômica foi turbinada pela infusão de ideologias neoliberais, relacionando-se ao que Harvey (1989) entendeu como empreendedorismo urbano. Chamando atenção para o surgimento de estratégias urbanas “empreendedoras”, Harvey denunciou a “corporatização” das cidades, assim como Arantes, Vainer e Maricato em *A cidade do pensamento único* (2002) refletiram como as cidades passaram a ser vistas como “máquinas de produzir riquezas”. Nesse sentido, a criatividade associada ao meio urbano, nas duas obras, de Landry e de Florida, só (re)existem associadas a uma agenda urbana neoliberalizada que cria espaços possíveis para florescimento de uma Classe Criativa liberal. Relacionando seu trabalho com o de Florida, Landry nos diz que

A noção de “Classe Criativa” de Richard Florida se conecta à ideia da Cidade Criativa e é um aspecto importante dela. Esses são os agrupamentos de pessoas – designers, cientistas, artistas e trabalhadores – que precisam de criatividade para realizar seus trabalhos. Sua preocupação central é com a ‘qualidade do lugar’ (Landry, 2013, p. 17).

Porém, enquanto Landry ocupa a maior parte do seu livro escrevendo seu manual de como tornar as cidades mais criativas e inovadoras, Florida se ocupa da definição do que é uma Classe Criativa e de como a criação de um ambiente para acolhê-la pode mudar os rumos urbanos. Outra diferença importante é que *The City Creativity*, de Landry, foi um primeiro passo para outros livros na área, que também tiveram seu reconhecimento, como *The art of city making* (2012), *The intercultural city: planning for diversity advantage*, com Phil Wood (2008) e uma atualização de seu primeiro livro chamado *Origens e futuros da*

Cidade Criativa, publicada em 2013 pela editora SESI-SP. Já Richard Florida publicou *The great reset: How new ways of living and working drive post-crash prosperity* em 2010 e *The new urban crisis: Gentrification, housing bubbles, growing inequality, and what we can do about it* em 2017, buscando atualizar a teoria da Classe Criativa e pensando seus possíveis impactos em comunidades vulneráveis, como a gentrificação.

Adentrando a cidade criativa

Após esta imersão teórica, a experiência que apresento aqui é a do 4º Distrito de Porto Alegre, no Sul do Brasil, que há cerca de dez anos recebe investimentos públicos e privados para sua “reabilitação” enquanto um espaço importante econômica e culturalmente na cidade. Esse território tem cerca de 600 hectares e é composto por vários bairros que apresentam experiências heterogêneas de desenvolvimento urbano que tornam difícil sua caracterização enquanto espaço único. Portanto, quando me refiro ao 4º Distrito, estou me direcionando aos bairros Floresta e São Geraldo, dois de seus bairros nos quais pude vivenciar uma experiência etnográfica, assim como regiões importantes nas propostas de intervenções urbanas da última década.

A observação se baseou em um processo de convivência em meio a uma instituição cultural e de empreendedorismo social específico que fica no bairro Floresta, mas não só. Também foram realizadas caminhadas sistemáticas pela região, embasadas no que Rocha e Eckert denominaram “Etnografia de Rua” (2003). Outras observações importantes foram realizadas em regiões que estão sendo projetadas para o lazer noturno, como o bairro São Geraldo, que abriga um circuito cervejeiro. Da mesma forma, participei de reuniões de coletivos de moradores que se organizavam para barrar os impactos do lazer noturno perto de suas residências, como barulho, ruas urinadas e elementos que causavam discordâncias entre empreendedores e moradores locais. De todo um conjunto de materiais de observação de campo, selecionei para este texto o que é mais relacionado à instituição cultural referida. No que se refere às entrevistas, busquei conversar com agentes do estado, empreendedores locais e moradores da região. Também produzi imagens de circuitos de caminhadas sistemáticas pelos bairros do 4º Distrito, e essas imagens atestam um cenário paisagístico que está em constante transformação na última década.

O 4º Distrito (4D), que se situa na zona norte da cidade e caracteriza-se por ter abrigado o antigo distrito industrial da cidade. Esse fato conformou uma região industrial-operária que até os anos de 1960 representava o principal polo econômico local. Esse histórico do 4D se faz ainda presente na arquitetura dos antigos galpões de fábricas e das casas operárias em fita. “O processo de suburbanização e metropolização das atividades industriais” (Silva, 2019, p.55), iniciado nos anos de 1980, gerou a desindustrialização da área e o 4D passou a ser significado como um território “em abandono” até a primeira década do século XXI e, posteriormente, a ser lócus de diferentes projetos e iniciativas que visam sua revitalização. Na contemporaneidade, dentro da “reconversão econômica” proposta e articulada por agentes públicos e entidades, o 4D figura na agenda pública local como área central para o desenvolvimento urbano e econômico da cidade de Porto Alegre. Os projetos de “requalificação urbana privadas, agências internacionais e organizações da sociedade civil, se inserem, dessa forma, em um contexto de competitividade global e internacionalização da cidade” (Marx, Scapini, Araujo; 2022, Pag. 2).

A delimitação atual do 4D se estende das proximidades da Estação Rodoviária (no Centro Histórico) até o Aeroporto Internacional Salgado Filho (extremo norte), um amplo trecho que abrange extensas avenidas que conectam Porto Alegre à sua região metropolitana. Essa delimitação entre as duas principais ligações – aérea e terrestre, além de ter uma linha ferroviária que passa pela região, também banhada pelo Lago Guaíba – não é mero acaso: trata-se de uma posição estratégica para facilitar o escoamento produtivo das antigas indústrias e que, atualmente, fomenta a atração de possíveis investimentos. Cinco bairros estão inseridos no perímetro que compõe o 4D, são eles: Floresta, São Geraldo, Navegantes, Farrapos e Humaitá, os quais apresentam características demográficas, sociais e econômicas muito diversas.



As imagens 1 e 2 demonstram o território do Quarto Distrito em localização e tamanho com a cidade de Porto Alegre/RS. Fonte: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/porto-alegre/noticia/2017/02/prefeitura-de-porto-alegre-quer-usar-revitalizacao-do-4-districto-como-modelo-para-outros-bairros-9718604.html> (acesso em 10/06/2024)

Não me atendo a história desse território que tem uma tradição operária e foi um grande centro econômico da capital do Rio Grande do Sul e formava o que o historiador Alexandre Fortes chamou de “uma outra cidade” (2004). Mas indico que, assim como a maioria dos bairros industriais que passaram por um processo de desinvestimento, a desindustrialização do 4º Distrito está atrelada a uma carga moral de um imaginário urbano de “região perigosa”¹, repleta de prostituição e assaltantes. Localizado na entrada da cidade, próximo ao aeroporto e à rodoviária, esse local “proibido” para uma parcela da população da cidade é repleto de reminiscências arquitetônicas advindas dos tempos áureos da indústria, hoje em estado de ruínas. Cabe dizer que essa região é uma das menos densas habitacionalmente de Porto Alegre, com uma disponibilização de serviços típicos dessa zona comercial, como borracharias e autopeças que, por vezes, ocuparam os grandes espaços das antigas fábricas.

1 Inevitável relação do Quarto Distrito de Porto Alegre com o conceito de “Região Moral” cunhado por Park (1976). Para o autor, as regiões morais são necessárias em função das restrições que a vida urbana impõe, relativas à moralidade, à legalidade, mas também à segurança, tais como as zonas boêmias, áreas franqueadas às práticas de jogos de azar, ao consumo de bebidas e à prostituição, quando elas não são totalmente proibidas.

É nesse contexto que os conceitos de Florida e Landry se tornaram uma “mensagem de esperança” (Kratke, 2010) para guiar localidades pobres e em declínio para um caminho futuro de desenvolvimento urbano bem-sucedido. No que se refere ao 4º Distrito, desde meados de 2012 são aglomeradas novas atividades que levam à visibilidade de eventos culturais e de inovação, bem como à atração de investimentos da economia criativa. Inicialmente com feiras e pequenos comércios locais, alguns espaços começaram a abrir, aproveitando-se do local somente com reformas do antigo bairro operário do Floresta para posteriormente ser ampliado geograficamente para as outras regiões. Articulações dos pequenos produtores e agentes culturais criaram uma rede chamada Distrito Criativo (Distrito C), e a partir dela foi se atribuindo uma nova marca de valor ao 4º Distrito (Silva, 2019). Portanto, o Distrito C nasce no 4D através de iniciativas de empreendedores criativos e inovadores que, aquém de uma intervenção da governança urbana municipal, constroem circuitos de artes na região. Segundo seu site, a idealização do Distrito C.

É um projeto colaborativo desenvolvido por UrbsNova Porto Alegre – Barcelona, uma agência de design social e inovação, que tem um método bottom up, isto é, que parte da própria realidade social existente, sem propor grandes mudanças físicas, mas que dá privilégio à construção coletiva. (Site do Distrito Criativo de Porto Alegre²)

Se o cosmopolitismo está na base do Distrito C, não é qualquer referência internacional a ser incorporada. A experiência de Barcelona parece ser um “carro-chefe” de inspirações de transformações urbanas vinculadas a ideia de criatividade e inovação. Muitos trabalhos já abordaram o processo de revitalização de áreas populares dessa cidade, principalmente no que se refere ao projeto 22@, cujo objetivo se concentrou na renovação do distrito de Poblenou (Charnock *et al.*, 2021; Zarlenga & Marcus, 2014). Segundo tais autores, Barcelona se tornou um caso emblemático, visto a parceria entre empreendedores, administração pública e mercado imobiliário.

Um dos empreendimentos que faz parte do Distrito Criativo é o Vila Flores, uma antiga moradia de operários das antigas fábricas da região, hoje revitalizada. Sendo um dos locais de maior atração de profissionais e empreendedores do território, a “Associação Cultural Vila Flores” é um dos marcos mais importantes de restauração histórica, atração de eventos culturais, criação de um local de cooperação entre novos profissionais que buscam um espaço solidário, criativo e inovador para elaborar seus negócios, segundo seu site³.

A primeira vez que cheguei ao Vila Flores, não pude deixar de perceber o cenário urbano nada agradável em seu entorno. Fui acompanhado durante algumas quadras por um catador de materiais recicláveis que disse morar na comunidade Santa Terezinha, mais reconhecida pejorativamente como Vila dos Papeleiros, que fica nas adjacências do bairro Floresta. Esse trabalhador urbano me pediu algumas moedas para seu almoço e depois vi ele outras vezes, sempre que passava a pé pela região. O Vila Flores é um prédio histórico que se destaca dentro do seu contexto arquitetônico, provocando qualquer caminhante a conhecê-lo por dentro. Atualmente na entrada há uma floricultura e uma cafeteria que fazem o abre-alas de um espaço marcado por sua beleza patrimonial, assim como pelo público

2 Fonte: <https://distritociativo.wordpress.com/> Acessado em Maio de 2025

3 Site do Vila Flores <https://vilaflores.org/> Acessado em Junho de 2024.

potencialmente criativo que ali trabalha ou visita. Nesse sentido, a sensação de insegurança presente no seu exterior é transmutada para um sentimento de partilha e pertencimento presente no seu interior.

Aluguei um pequeno espaço de trabalho em uma sala que ficava no último andar do Vila Flores. Eu tinha uma vista privilegiada para acompanhamento interno das dinâmicas dentro do prédio, assim como era possível perceber situações presente no ambiente externo através das janelas que davam para lateral. Durante os oito meses que trabalhei nesse território procurei acompanhar a rotina dos trabalhos criativos assentados em um cenário urbano curioso por suas peculiaridades de abandono e projeções. Um dos meus objetivos ali era entender como se dava a relação destes empreendedores criativos com o contexto social do território do 4D, e foi com essa motivação que conheci o Felipe, proprietário do café do Vila Flores que, diferente dos outros trabalhadores, morava no próprio prédio, em uma das habitações reservadas para serem apartamentos.

Felipe tem cerca de 28 anos e iniciou seu empreendimento em meio à pandemia de Covid-19 com a esperança de ter sucesso quando a reabertura e fim do distanciamento social fossem concretizados. Mesmo não trabalhando em algo vinculado a sua trajetória educacional o empreendedor disse não compactuar com o rótulo do “empreendedorismo”, portanto se considerava alguém que fazia empreendimentos mais “socialmente conscientes”. Outra narrativa nesse sentido é a de Janaina, uma das pessoas que faz parte da gestão do Vila Flores. Através de suas colocações percebemos o quanto a ideia desse lugar se desvincula das noções e Classe Criativa propostas por Florida, indo em direção a uma crítica que David Harvey (1985) faz ao empreendedorismo urbano, na qual o empreendedor faz parte de um sistema capitalista que molda o espaço urbano.

Esse termo teve muitas distorções que eu não gosto. Mas tem aspectos dessa palavra que são importantes, como ser uma atividade econômica que pode trazer benefícios não só para um empreendedor, mas para toda uma comunidade. Então, tem muitas formas de se fazer empreendedorismo. Tudo que a gente empreende, é uma enorme responsabilidade, para nós e para os outros. Tem muitos fatores a serem analisados. E por levar em conta toda essa complexidade que todo empreendimento agrupa, eu acho que o que fizemos no Vila Flores é um empreendedorismo social⁴. (Entrevista com Felipe)

Uma outra perspectiva dos modelos de empreendedorismo ali realizados surgiu das próprias pessoas que fazer parte da gestão do espaço. Um dos projetos apresentados se chama “De Vila a Vila” e busca estabelecer um contato entre o Vila Flores e o Loteamento Santa Teresinha, que fica cerca de cinco quadras, atravessando a Avenida Farrapos e Voluntários da Pátria, duas grandes divisoras do 4D. O projeto propõe uma “integração cultural” entre os moradores do loteamento e as atividades existentes no Vila Flores. Teve início em 2016, com o contato da associação com as atividades já existentes na comunidade e, desde então, são desenvolvidas “ações coletivas buscando criar oportunidades que valorizem o indivíduo, incentivando o talento, a valorização da cultura e criatividade de cada um e facilitando a criação de atividades de integração social, formação e geração de renda”⁵. Segundo uma das organizadoras do projeto:

⁴ Mais sobre empreendedorismo social em Beverly Schwartz “Rippling: How social entrepreneurs spread innovation throughout the world” (2012).

⁵ Para saber mais do projeto “De Vila a Vila” acessar <https://vilaflores.org/projetos/de-vila-a-vila/>

Se trata de um “empreendedorismo social” que não busca levar cultura e educação para a comunidade, mas também apreender com as pessoas que vivem lá, abrindo as portas do Vila Flores para que possam, da melhor forma possível, se sentirem em casa aqui também (Entrevista com interlocutora do projeto)

Em minha presença nesse espaço pude observar como a comunidade local se relacionava cotidianamente com o Vila Flores. Após anotar, a rua São Carlos, em frente ao prédio, é conhecida como um espaço de lazer sexual. Algumas travestis mantêm um contato durante o dia com o espaço, mas à noite, por uma questão de segurança, o espaço é fechado, com exceção de quando ocorre algum evento noturno. Essa relação está materializada principalmente na relação do Vila Flores com o projeto “Igualdade RS - Associação de Travestis e Transexuais do Rio Grande do Sul”, que nas quartas-feiras realiza o evento “Solidariedade em Ação”, que inclui a doação de cestas básicas, itens de higiene, proteção e limpeza ou valores em dinheiro. Nas vezes em que pude estar presente, percebi uma grande fila nas imediações e a presença de autoridades públicas como da Comissão Especial de Diversidade Sexual e Gênero OAB RS, Centros da Juventude (PODs) e Secretaria de Justiça, Cidadania e Direitos Humanos do Rio Grande do Sul.

O contato com esses eventos parece demonstrar que as ações produzidas pelo Vila Flores não vão em relação diretamente à ideia de Cidades e Classes criativas como propostas por Landry e Florida. Por mais que o perfil de público que atue neste espaço tenha um perfil “gentrifier”⁶ (Spain, 1993), é possível questionar se esses empreendimentos contribuem diretamente para gentrificação. Essa foi uma questão que em muitos momentos perguntei as pessoas com os quais convive no Vila Flores: até que ponto as atividades criativas e empreendedoras proporcionadas presença de microempresas, startups etc. dialogariam com a comunidade tradicionalmente estabelecida da região. Nesse sentido, Janaina disserta:

Acho que a diversidade é um grande desafio. Sabemos que um espaço cultural que tem relação com as artes e com a academia também pode ser muito elitista. Então é um desafio desconstruir esses espaços dentro dessa relação elitizada. É desafiador trazer um espaço de arte e cultura para uma região que não tem acesso a isso. A gente sabe que a academia e a cultura são feitas de gente branca e classe média. Não queremos só uma relação de venda e compra de produtos, queremos uma relação de contato profundo com a comunidade. A gente não vai embora amanhã, por isso podemos estreitar esses laços. (Entrevista com Janaina)

Distritos criativos e as mazelas de criatividade: a teoria e a empiria

A estratégia para remarcar cidades, ou partes delas, como centros criativos tem sido amplamente debatida (Mould, 2018; Douglass, 2006; Grodach *et al.* 2017) a ponto de noticiarem histórias curiosas como a do prefeito de Denver, Estados Unidos, que comprou vários exemplares do livro de Florida e os distribuiu como “leitura na hora de dormir” para sua equipe de gestão (Shea, 2004) e como a governadora de Michigan que lançou o programa “Coll Cities” em todo o estado afim de atrair “pioneiros

⁶ Segundo Daphne Spain (1993) os gentrificadores seriam aqueles que carregam consigo uma “ideologia da salvação” vinculada a territórios perdidos na cidade.

urbanos e jovens trabalhadores do conhecimento que são uma força motriz para desenvolvimento econômico e crescimento” (Peck, 2005, p. 742). Contudo, tais experiências não se restringem aos Estados Unidos, berço da produção de Landry e Florida, e vão em direção a países como o Brasil (Alcantara, 2019; Proença Leite, 2010), Austrália (Mould, 2015), Coreia do Sul (Douglass, 2006), Argentina (Fribar, 2019; Socoloff, 2017) etc.

Muitos autores destacam como uma “agenda da criatividade” adaptada para o urbanismo foi implementada em uma “velocidade alarmante”, pois preencheu um vácuo da estratégia empresarial urbana: pensar soluções para territórios abandonados (Peck, 2005; Malanga, 2004; Ley, 2010; Zukin, 1989). Se a criatividade é certamente uma palavra-chave popular hoje em áreas nas quais se formam planejadores urbanos, isso se deve aos impactos que os livros de Landry e Florida tiveram em gestões municipais que buscavam alternativas econômicas e urbanísticas para determinadas áreas de suas cidades. O advento das indústrias culturais e da economia criativa contribuíram para uma “virada cultural” das práticas de planejamento urbano, nas quais as estratégias urbanas têm usado a cultura como ferramenta competitiva (Amin & Thrift, 2002).

Podemos dizer que, inspirados pela realização do trabalho etnográfico, tal agenda da criatividade é absorvida de modos variados. No que se refere ao Distrito Criativo de Porto Alegre é perceptível a busca por uma Classe Criativa em diversas áreas como lazer e gastronomia. O que é curioso é a territorialidade na qual essa busca ocorre: o quarto distrito. Uma região que desde o gradativo processo de desindustrialização⁷ é vista como “abandonada” pela administração municipal e como “perigosa” no imaginário urbano da cidade. Nesse sentido, a fala de Felipe, um dos jovens empreendedores que trabalha no Vila Flores, é elucidativa:

A primeira vez que vim aqui fiquei com medo. Já haviam me dito para me cuidar na região. Tu vê catadores, prostituição, e começa a se perguntar se realmente é um lugar legal para começar um investimento. Depois que conheci melhor o ambiente vi que era tranquilo, que poderia andar a pé e até vir morar no bairro. (Entrevista com Felipe)

Outra problemática apontada por muitos autores é a afirmação mais específica de que lugares boêmios funcionam como “ímãs de talentos”, e as prescrições da política urbana que são derivados desta afirmação. A teoria da Classe Criativa parte de uma confiança de existem “poucos lugares sem esperança” (Florida, 2004), visto a aceitabilidade da ideia que é preciso revitalizar áreas degradadas⁸. Desta forma o paradigma da criatividade pode ser aplicado a praticamente qualquer projeto de infraestrutura, programa educacional, evento, estratégia de embelezamento local ou política de incentivo aos negócios. (Mould, 2018). Essa revitalização passa por coalizações políticas⁹ entre gestões municipais

⁷ Esse trabalho dialoga em grande parte com a pesquisa feita por Roberta Guimarães intitulada “A utopia da Pequena África: projetos urbanísticos, patrimônios e conflitos na Zona Portuária carioca” (2014). A pesquisa trabalhou com conceitos de memória, identidade e espaço urbano na região conhecida como “Pequena África”, no Rio de Janeiro.

⁸ Florida afirma com confiança que qualquer grande cidade, com a vontade política certa, ‘pode virar o jogo’, e a maioria dos outros centros urbanos pode pelo menos ter uma chance, se possuir o essencial - como uma boa universidade, alguns bairros ‘autênticos’, um punhado de empregadores de alta tecnologia.

⁹ Por coalizações políticas entendo o processo de entendimento e distribuição de poder nas agendas urbanas. De Oliveira França (2019) aborda que se trata menos de poder e mais de “poder para...”, menos de mecanismos de exploração,

e o empresariado urbano e se manifesta através de produção de leis e planos de intervenção urbana. Assim, Peck (2005) argumenta que toda a ideologia da Cidade Criativa decorre da necessidade de uma política alternativa de “correção” ao desinvestimento histórico em determinados territórios, e só uma parceria entre a Classe Criativa, portadora de capital social e econômico, e gestões municipais poderia tornar factível tal produção de “zonas criativas”.

É nesse sentido que a administração municipal de Porto Alegre lançou vários programas de desenvolvimento do Quarto Distrito associando-o com a economia criativa e a ideia de inovação urbana, como o Plano de Economia Criativa da Cidade de Porto Alegre (2014), PLCE 022/2015, o Masterplan (2016), os projetos do Pacto Alegre (2018) e, atualmente, o Programa +4D¹⁰ (Winckler & Abalos Junior, 2022). A relação entre (micro)empreendedores e esses projetos varia conforme a experiência individual destes agentes e o acesso dos mesmos as redes de gestão urbana da cidade. Neste sentido, uma fala que vai no sentido de parceria é a de Wagner, empreendedor urbano da área do lazer noturno participante do circuito cervejeiro da cidade:

Quando chegamos aqui haviam muitas destas fábricas abandonadas que poderiam ser muito propícias para instalação da nossa cervejaria. Ai a gente falou com o Gabinete de Inovação da prefeitura e fomos muito bem acolhidos. Nos disseram que tinham planos para região e isso incluiria. Desde então a gente vem estabelecendo uma relação crítica, mas também de parceria para resolver os problemas urbanos do Quarto Distrito, como assaltos, iluminação e enchentes. (Entrevista com Wagner)

Já a narrativa de outra agente do Vila Flores traz uma crítica maior as questões do planejamento urbano para a região:

A gente não entende esses projetos. É sempre tudo muito confuso. Quem faz uma avaliação do Quarto Distrito são profissionais contratados pela prefeitura e depois nos é apresentado para nós algo grandioso que a gente não teve a possibilidade de contribuir com nossas pautas mais sociais. Por exemplo, o foco do projeto 4D+ é densificação urbana, planos de trazer mais pessoas para morar na região. Isso envolve a iniciativa imobiliária, a construção de grandes prédios. Não estamos totalmente de acordo com isso, se causar a uma expulsão da comunidade local. (Entrevista com interlocutora do Vila Flores)

Outro questionamento possível à perspectiva das cidades criativas é o de que ela se baseia precariamente em uma série de bens intangíveis, como excitação, atitude, mente aberta e tolerância (Gerten, 2004), no entanto, o que significa ser criativo? Como definimos criatividade neste contexto de produção de políticas urbanas? Old Mould em “Against Creativity” (2018) reflete sobre como a ideia de criatividade se sendo apropriada pelo discurso de urbanistas, abordando que

mais de capacidade alcançar objetivos. A autora coloca que as ações de regimes urbanos requerem a capacidade de articulação política entre uma diversidade de agentes e estruturas.

¹⁰ Em verdade, desde a década de 80, Porto Alegre vem experimentando alguns projetos que visam transformar a cidade em um ecossistema de inovação importante para o mundo. Os casos do Programa Porto Alegre Tecnópole (PAT) e do Comunidade, Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo (CITE) são exemplos de uma história política dos projetos de inovação neste território.

Grande parte da defesa da ‘Cidade Criativa’ foi formulada em noções bastante vagas e nebulosas de ‘incentivar a criatividade’. Tornar o espaço urbano acessível para artistas, incentivar a participação em eventos culturais, celebrar o multiculturalismo e as culturas locais: muitas das “recomendações” do projeto de Cidade Criativa eram pouco mais do que acenos para as mudanças estruturais mais amplas em direção ao seu empreendedor, autonomia e privatização do espaço (Mould, 2018, p. 107)

Para esse autor, a ideia de Classe Criativa está realmente tendo um efeito deletério sobre a criatividade urbana em vez de estimulá-la. Uma verdadeira criatividade urbana - com “C” maiúsculo – seria aquela que põe em xeque um modelo de criatividade hegemônico e que se manifesta quando somos radicalmente criativos para questionar a “privatização da criatividade” (Mould, 2018). Quando a criatividade se tornou uma moeda de troca para o crescimento urbano e econômico, ela se monopolizou na ideia de Classe Criativa representada majoritariamente por homens brancos, de classe média, heterossexuais e plenamente capacitados que são criativos e inovadores, e todas as outras formas de identidade minoritária são ainda mais marginalizadas. Ainda, segundo Mould

Há políticas de identidade particulares em jogo que, na maioria das vezes, privilegiam ocidentais brancos, homens, de classe média e fisicamente aptos. Eles são capazes de ser criativos porque não estão usando sua criatividade simplesmente para combater as injustiças cotidianas. Há uma rede social em torno deles para alimentá-los, vesti-los e entreter-los; eles não tiveram que usar cada grama de suas energias criativas para lutar contra o sexism, o racismo e o capitalismo institucionalizados e cotidianos. (Mould, 2018, p. 132)

Conclusões

Iniciei este trabalho refletindo sobre as obras *The Creative City* de Charles Landry (1995, 2013) e *Creative Class* de Richard Florida (2004, 2017). Minha proposta foi analisá-las com a luz de uma experiência etnográfica em uma determinada região da cidade de Porto Alegre, no Sul do Brasil. Trazendo o histórico de industrialização/desindustrialização do Quarto Distrito, abordei como essa se tornou uma região-chave para se pensar um novo tipo de desenvolvimento baseado nas ideias de economia, cidade e classes criativas. Dessa forma, imergi em um trabalho de observação em uma associação cultural denominada Vila Flores, que fica no coração da região. Associei essa vivência etnográfica às teorias referidas, buscando demonstrar como elas se mostraram aplicáveis por um lado, e distantes por outro.

Posteriormente, reconheci, dentro da experiência de atuação do Vila Flores e, em consequência, do Distrito Criativo, elementos de ações que buscam um vínculo mais profundo com a comunidade do entorno, muito diferente de que outras experiências globais de startups de inovação poderiam demonstrar. O desafio de se empreender em um território marcado pelo abandono do poder público é articulado aqui como uma espécie de reconquista do lugar e diz respeito ao que Sharon Zukin (2000) refletiu como “ilhas de renovação em mares de decadência”. Ou seja, por mais que os empreendimentos criativos tenham uma ideia mais humanizada de contato com a população local, de não serem “discos voadores” na região, há uma percepção de que algum grau de diferenciação no território irá ocorrer.

Essa diferenciação diz respeito aos novos agentes que aí trabalham, seu grau de formação, estilos e projetos de vida, conforme a questões econômicas como novos cafés e micro-empreendimentos locais.

O 4º Distrito é um bom exemplo de como a criatividade vem se tornando uma categoria discursiva importante por parte de gestões municipais e começa a fazer parte de agendas urbanas pautadas dentro do que chamamos de cidades criativas. Portanto, o problema central deste trabalho é entender como a criatividade, embasada nas ideias de cidade e Classe Criativa, está sendo mobilizada enquanto discurso e prática por uma diversidade de atores social que direcionam sua atenção ao 4º Distrito de Porto Alegre. Contendo os bordões usuais sobre colaboração, originalidade, autenticidade e assim por diante, a proposta do 4º Distrito como um território criativo impulsiona uma série de políticas e intervenções no espaço urbano.

Em um artigo de Susie Cagle denominado “Fallacy of the Creative Class: Why Richard Florida’s ‘Urban Renaissance’”¹¹ a autora aborda que “galerias e cafeteria sofisticadas não podem resolver a violência, a pobreza e outros problemas cidade... elas podem prejudicar mais do que ajudar”. A autora reflete sobre a história de Kiante Campbell, jovem negro morador do território criativo de Oakland, Califórnia, que foi morto em seu próprio bairro, à sombra de novos condomínios, *food trucks* gourmet e galerias de arte que vendiam pinturas a óleo que custavam mais do que alguns meses de seu aluguel. Mas esse lado obscuro do redenvolvimento urbano embasado nas políticas da criatividade que gera a gentrificação é rebatido por Florida em seu último livro:

“A gentrificação é o produto de forças que vão muito além dos desejos e preferências individuais dos jovens, educados e ricos que estão se mudando para distritos criativos hoje, ou dos artistas e músicos que ocuparam os *lofts* dos anos 1970 e 1980. A gentrificação é moldada por forças muito maiores e mais amplas, entre elas os investimentos do poder público e privado em larga escala que estruturam as escolhas que os indivíduos fazem e, ao fazê-lo, alteram as trajetórias de bairros e cidades” (Florida, 2017, p. 83).

Se o investimento em economia criativa da forma articulada por Landry e Florida são um incentivo a gentrificação, isso precisará ser mais pesquisado na experiência do Quarto Distrito, em que haja mais dados de outro perfil de interlocutores, como os da Vila Santa Teresinha. De toda forma, percebe-se que a relação com o mercado imobiliário ainda é pequena, e mesmo de aluguéis de curta duração também¹². Contudo, os projetos mencionados buscam uma maior densificação urbana do território, fazendo um apelo para uma Classe Criativa e inovadora não apenas trabalhar na região, mas morar nesses territórios. Essa experiência inicial destoa de localidades nas quais a economia criativa já se tornou referência e que se tornaram lugares “quentes”, como aponta Florida. Nesse sentido, o Quarto Distrito de Porto Alegre ainda passa por um período de projeção, de mudanças no planejamento urbano municipal e de um apelo midiático da mídia hegemônica para movimentação das ruas e bairros da região.

11 Ver mais em <http://grist.org/cities/fallacy-of-the-creative-class> Acessado em junho de 2024

12 Após uma rápida pesquisa em plataformas de aluguéis de curta duração – como Booking e Airbnb – percebe-se que indicam poucas possibilidades de estadias na região. Esse é um outro elemento que aponta para o fato de que o Quarto Distrito não passa por um processo de gentrificação, relacionado à questão imobiliária, por mais que haja uma projeção significativa disso pela especulação imobiliária da cidade. Para mais informações ver o conceito de “airbnbization” (Schor, 2020).

Por fim, inspirado pela teoria das cidades e classes criativas, busquei trazer críticas a elas, embasado na experiência de atuação empírica no Quarto Distrito de Porto Alegre. Cabe dizer que, enquanto escrevia este texto, a região tem sido afetada duramente pelas enchentes do Lago Guaíba e muitos empreendimentos aí estabelecidos tiveram suas instalações alagadas o que nos coloca a questão do quanto as ideias de criatividade e inovação realmente ajudam na resolução os problemas substanciais nas cidades nas quais elas são norteadoras do planejamento urbano.

José Luís Abalos Júnior é Doutor em Antropologia Social, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Professor Adjunto do Instituto de Ciências Humanas e da Informação da Universidade Federal do Rio Grande (ICHI/FURG) e do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pelotas (PPGAnt/UFPEL).

FINANCIAMENTO

Essa pesquisa foi financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

REFERÊNCIAS

- Alcantara, M. F. D. (2019). *Hipsterização no centro de São Paulo: consumo, trabalho e produção da cidade* (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo. São Paulo. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-09122019-180746/pt-br.php>
- Amin, A., & Thrift, N. (2002). *Cities: Reimagining the urban*. Polity Press.
- Arantes, O. B. F., Vainer, C., & Maricato, E. (2002). *A cidade do pensamento único: desmascarando consensos*. Editora Vozes.
- Bianchini, F., & Landry, C. (1995). *Creativity, unleashing a resource for urban management [Paper presented at the OECD conference 'Cities and the New Global Economy' (1994: Melbourne)]*. Urban Futures (Canberra), (17), 53-67.
- Bourdieu, P. (1976). *Gosto de Classe e Estilo de Vida em Pierre Bourdieu*. Ática.
- Cagle, Susie. (2013). *Fallacy of the Creative Class: Why Richard Florida's 'Urban Renaissance'*. Grist. <https://grist.org/cities/fallacy-of-the-creative-class/>
- Charnock, G., March, H., & Ribera-Fumaz, R. (2021). From smart to rebel city? Worlding, provincialising and the Barcelona Model. *Urban Studies*, 58(3), 581-600. <https://doi.org/10.1177/00420980198721>
- De Oliveira França, B. L. P. (2019). Da teoria urbana ao regime urbano. *Revista Científica Foz*, 2(2), 32-32. <https://revista.ivc.br/index.php/revistafoz/article/view/137>
- De Vila a Vila (Junho de 2024) <https://vilaflores.org/projetos/de-vila-a-vila/>
- Distrito Criativo de Porto Alegre (Maio de 2025) <https://distritocriativo.wordpress.com/>
- Douglass, M. (2016). Creative communities and the cultural economy—Insadong, chaebol urbanism and the local state in Seoul. *Cities*, 56, 148-155. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.09.007>
- Eckert, C; Rocha, A. L. C. D. (2008). Etnografia: saberes e práticas. *Iluminuras: série de publicações eletrônicas do Banco de Imagens e Efeitos Visuais*, LAS, PPGAS, IFCH e ILEA, UFRGS. Porto Alegre, RS. N. 21 (2008), 23 p. <https://doi.org/10.22456/1984-1191.9301>
- Fabaron, A. C. (2019). *Las batallas del color: Prácticas de imagen al sur de la ciudad de Buenos Aires*. Universidad de San Martín. Buenos Aires.
- Florida, R. (2014). The Creative Class and Economic Development, *Economic Development Quarterly*, v. 28, p. 196–205. <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>

- Florida, R. (2010). *The great reset: How new ways of living and working drive post-crash prosperity.* Random House Canada.
- Florida, R. (2017). *The new urban crisis: Gentrification, housing bubbles, growing inequality, and what we can do about it.* Simon and Schuster.
- Florida, R. (2005). *The rise of the creative class.* Hachette UK.
- Fortes, A. (2004). *Nós do Quarto Distrito: a classe trabalhadora porto-alegrense e a Era Vargas.* Garamond.
- Gertner, J. (2004). What makes a city hot. *Money*, p. 87-92.
- Glaeser, E. (2005). Review of Richard Florida's The Rise of the Creative Class. *Regional science and urban economics*, v. 35, n. 5, p. 593-596. https://scholar.harvard.edu/files/glaeser/files/book_review_of_richard_floridas_the_rise_of_the_creative_class.pdf
- Grodach, C; Foster, N; Murdoch, J. (2017). *Arts industries do not cause gentrification-they tend to chase it.* USApp–American Politics and Policy Blog.
- Guimarães, R. S. (2014). *A utopia da Pequena África. Projetos urbanísticos, patrimônios e conflitos na Zona Portuária carioca.* FGV.
- Harvey, D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler: series B, human geography*, v. 71, n. 1, p. 3-17. <https://doi.org/10.1080/04353684.1989.11879583>
- Krätké, S. (2010). 'Creative cities' and the rise of the dealer class: a critique of Richard Florida's approach to urban theory. *International journal of urban and regional research*, v. 34, n. 4, p. 835-853. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2010.00939.x>
- Landry, C. (2013). *As origens e futuro da Cidade Criativa.* SESI.
- Landry, C. (1990). *Glasgow: the creative city and its cultural economy.* Glasgow Development Agency.
- Landry, C. (2012). *The art of city making.* Routledge.
- Landry, C. (1995). *The Creative City.* Comedia.
- Ley, D. (2010). *The New Middle Class and the Remaking of the Central City.* Introduction: Restructuring and dislocations. The Gentrification Debates. Routledge.
- Logan, J. R.; Molotch, H. (1987). *Urban fortunes: The political economy of place.* Univ of California Press.
- Malanga, S. (2004). The curse of the creative class. *City Journal*, v. 14, n. 1, p. 36-45. <https://www.city-journal.org/article/the-curse-of-the-creative-class>
- Marx, V; Scapini, G. L; Araújo, G. (2022). A dimensão internacional nas transformações urbanas no bairro Floresta em Porto Alegre. *Cadernos Metrópole*, v. 24, p. 831-852. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2022-5416>
- Moraes, R; Galiazzzi, M. D. C. (2007). *Análise textual: discursiva.* Editora Unijuí.
- Mould, O. (2018). *Against creativity.* Verso Books.
- Mould, O. (2015). *Urban subversion and the creative city.* Routledge.
- Park, E. E. (1967). A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. *O fenômeno urbano*, v. 4, p. 13-28.
- Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, v.29, n.4, p. 740-770. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2005.00620.x>
- Proença Leite, R. (2010). A exaustão das cidades: antienobrecimento e intervenções urbanas em cidades brasileiras e portuguesas. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 25, p. 73-175. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092010000100006>
- Rocha, A. L. C.; Eckert, C. (2003). Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana. *RUA*, v. 9, n. 1, p. 101-127. [10.20396/rua.v9i1.8640752](https://doi.org/10.20396/rua.v9i1.8640752)
- Rose, D. (1984). Rethinking gentrification: beyond the uneven development of Marxist urban theory. *Environment and planning D: Society and Space*, v. 2, n. 1, p. 47-74. <https://doi.org/10.1068/d020047>
- Schor, J. (2020). *After the gig: How the sharing economy got hijacked and how to win it back.* Univ of California Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv125jrwn.1>
- Schwartz, B. (2012). *Rippling: How social entrepreneurs spread innovation throughout the world.* John Wiley & Sons.
- Shea, C. (2004). The road to riches? *Boston Globe*, February 29, D1.
- Silva, L. H. A. (2019). Reestruturação urbana do bairro Floresta: uma vitrine para o projeto de cidade criativa de Porto Alegre. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/204568>
- Silva, L. H. A; Abalos Júnior, J. L; Winckler, J. O. (2023). *Criando e Inovando no 4º Distrito: contribuição das subjetividades empreendedoras em Porto Alegre.* Editora Licuri, p. 57-83. <https://doi.org/10.58203/Licuri.21025>

Socoloff, I. (2017). Una reflexión sobre los distritos creativos y las mutaciones del empresarialismo urbano porteño. *Quid 16. Revista del Área de Estudios Urbanos*, n. 7, p. 1-6. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/quid16/article/view/2843>

Spain, D. (1993). Been-heres versus come-heres negotiating conflicting community identities. *Journal of the American Planning Association*, v. 59, n. 2, p. 156-171. <https://www.deepdyve.com/lp/taylor-francis/been-heres-versus-come-heres-negotiating-conflicting-community-Ofs7PJsyrn?>

Storper, M; Venables, A. J. (2004). Buzz: face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography*, v.4, n.4, p. 351-370. <https://www.jstor.org/stable/26160910>

Vanolo, A. (2013). *Alternative Capitalism and Creative Economy: the Case of Christiania*. International Journal of Urban and Regional Research, v. 37, n. 5, p. 1785-1798. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01167.x>

Vila Flores (Julho de 2004) <https://vilaflores.org/>

Wincler, J. O; Abalos Júnior, J. L. (2022). "Entre cultura e economia criativa: A produção de consensos e contradições no bairro Floresta". In: 4º Distrito a partir do olhar dos atores sociais no Bairro Floresta. 1. ed. Editora da UFRGS. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/246937>

Wood, P; Landry, C. (2008). *The intercultural city: Planning for diversity advantage*. Routledge.

Zarlenza, M; Marcús, J. (2014). La cultura como estrategia de transformación urbana. Un análisis crítico de las ciudades de Barcelona y Buenos Aires. In: XI Congreso Argentino de Antropología Social. <https://www.aacademica.org/000-081/1154>

Zukin, S. (1989). *Loft living: Culture and capital in urban change*. Rutgers University Press.

Zukin, S. (2000). *Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder*. O espaço da diferença. Papirus, p. 80-103.

MANIFESTOS CONTRA-CRIATIVOS: ETNOGRAFIA DE TERRITÓRIOS E CLASSES CRIATIVAS EM CONTRADIÇÃO

Resumo: Neste artigo debato as ideias de cidade e classe criativa, pensadas por Charles Landry e Richard Florida como instrumento de criatividade e inovação urbana a luz de uma experiência etnográfica no Quarto Distrito de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, mais conhecido Distrito Criativo. Primeiramente trago os conceitos de cidade e classe criativa, demonstrando suas aproximações e diferenças. Logo após apresento a imersão etnográfica realizada em um contexto urbano que vem sendo projetado pela administração municipal que associa o discurso da economia criativa ao do desenvolvimento territorial. Busco demonstrar o quanto a aplicabilidade destes conceitos neste universo de análise se mostrou controversa, principalmente pela crítica às ideias de empreendedorismo e aos macroprojetos para a região. Por fim, trago a problemática da gentrificação, refletindo se os investimentos em criatividades urbanas podem contribuir para um enobrecimento neste território.

Palavras-Chave: Distritos Criativos; Etnografia; Classes Criativas; Gentrificação; Planejamento Urbano

ANTI-CREATIVE MANIFESTOS: ETHNOGRAPHY OF CREATIVE TERRITORIES AND CLASSES IN CONTRADICTION

Abstract: In this article, I discuss the ideas of the city and creative class, conceived by Charles Landry and Richard Florida as instruments of urban creativity and innovation, in light of an ethnographic experience in the Fourth District of Porto Alegre, Rio Grande do Sul, better known as the Creative District. Firstly, I will introduce the concepts of city and creative class, demonstrating their similarities and differences. Following this, I present the ethnographic immersion carried out in an urban context that has been shaped by the municipal administration, which associates the discourse of creative economy with territorial development. I seek to demonstrate how the applicability of these concepts in this analytical universe proved to be controversial, mainly due to criticism of entrepreneurial ideas and large-scale projects for the region. Lastly, I address the issue of gentrification, reflecting on whether investments in urban creativity can contribute to gentrification in this territory.

Keywords: Creative Districts; Ethnography; Creative Classes; Gentrification; Urban Planning

MANIFIESTOS CONTRA-CREATIVOS: ETNOGRAFÍA DE TERRITORIOS Y CLASES CREATIVAS EN CONTRADICCIÓN

Resumen: En este artículo debato las ideas de ciudad y clase creativa, pensadas por Charles Landry y Richard Florida como instrumento de creatividad e innovación urbana a la luz de una experiencia etnográfica en el Cuarto Distrito de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, mejor conocido como el Distrito Creativo. En primer lugar, traigo los conceptos de ciudad y clase creativa, mostrando sus similitudes y diferencias. A continuación, presento la inmersión etnográfica realizada en un contexto urbano que ha sido diseñado por la administración municipal que asocia el discurso de la economía creativa con el

del desarrollo territorial. Busco demostrar cuán controvertida ha resultado ser la aplicabilidad de estos conceptos en este universo de análisis, principalmente por las críticas a las ideas de emprendimiento y macroproyectos para la región. Finalmente, planteo el tema de la gentrificación, reflexionando sobre si las inversiones en creatividad urbana pueden contribuir a la gentrificación en este territorio.

Palabras clave: Distritos Creativos; Etnografía; Clases Creativas; Gentrificación; Planificación urbana

SUBMETIDO: 07/06/2024

APROVADO: 26/05/2025

PUBLICADO: 31/07/2025



Este é um material publicado em acesso aberto sob a licença Creative Commons BY-NC