

# ENTRE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA: A PRODUÇÃO DE CONSENSOS E CONTRADIÇÃO NO BAIRRO FLORESTA

JOANA WINCKLER

*Mestranda em Sociologia no Programa de Pós-graduação em Sociologia (PPGS) e Licenciatura em Ciências Sociais, ambos na UFRGS. Integra o Grupo de Pesquisa Sociologia Urbana e Internacionalização das Cidades (GPSUIC/UFRGS) e compõe o Núcleo Porto Alegre da INCT Observatório das Metrôpoles.*

JOSÉ LUÍS ABALOS JÚNIOR

*Doutor em Antropologia Social (UFRGS), compõe a equipe do Banco de Imagens e Efeitos Visuais (BIEV/PPGAS/UFRGS) e do Grupo de Pesquisa Sociologia Urbana e Internacionalização das Cidades (GPSIUC/PPGS/UFRGS).*

## 3.1 INTRODUÇÃO

A cultura e a economia criativa são grandes marcas do bairro Floresta. A área conhecida como uma zona industrial abriga, contemporaneamente, empreendimentos culturais cujos contornos atuais apontam para as novas reestruturações urbanas baseadas numa economia criativa: suas antigas fábricas, prédios e casas transformados em ateliês, bares e *coworkings*. As velhas ruínas são reutilizadas para fins de (re)ativação do comércio local, assim como para marcar um novo distrito criativo na cidade.

Neste artigo, apresentaremos algumas das antigas e novas emergências culturais e criativas no bairro, que caracterizam determinadas sociabilidades presentes na região. O bairro tem se destacado no cenário cultural e criativo da cidade, sobretudo através de novos empreendimentos que atraem o olhar público, institucional e empresarial. No decorrer deste processo, atores locais podem cooperar entre si para conformar redes culturais e/ou criativas, ou podem entrar em conflito, na medida em que suas iniciativas alteram a dinâmica local. O objetivo deste artigo, portanto, é apresentar as principais características de alguns atores que, através de suas iniciativas culturais e/ou criativas, intervêm no bairro.

Em um primeiro momento, abordamos os atravessamentos, aproximações e diferenças entre essas duas esferas da vida social no território que temos como objeto de estudo. Em seguida, apontamos os principais planos de desenvolvimento econômico, social e urbano para essa região, assim como os trazemos a partir de uma perspectiva histórica. Através de entrevistas semiestruturadas com agentes importantes no bairro Floresta, identificamos narrativas sobre as dimensões de cultura e economia criativa, colocando-as em paralelo por meio de critérios de análise, como vínculos com o território, poder público e parcerias de internacionalização. Por fim, refletimos sobre como este território é imaginado por estes atores sociais e como é alvo de projetos e contradições.

## 3.2 OS ENTRELAÇAMENTOS ENTRE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA

Ao escrever sobre cultura e economia criativa, abordamos duas categorias conceituais que possuem uma multiplicidade de atravessamentos e se materializam em formas de empreendedorismo urbano. Ao falar de cultura, pensamos nas

formas de associação e sociabilidade que caracterizam coletivos que se mobilizam em prol do patrimônio da cidade. Esse patrimônio, localizado no bairro Floresta, pode ser representado por instituições carnavalescas, museológicas, artísticas e até mesmo vinculadas às antigas moradias operárias remanescentes nesse território. Portanto, a ideia de cultura, além de um conceito antropológico (Laraia, 1989), é, aqui, um núcleo de sentido que nos faz agrupar coletividades que tenham, em maior ou menor medida, um engajamento para questões culturais, como o carnaval, teatros, cinemas, exposições, shows e afins.

Já no que se refere à economia criativa, recorreremos ao clássico *The Rise of the Creative Class* (2002) de Richard Florida. O sociólogo e economista norte-americano aponta para uma relação intrínseca entre economia e criatividade que tem como palco o surgimento de novos bairros criativos. Florida (2002) evidenciou como as "classes criativas" se caracterizam por serem conglomerados de pessoas "talentosas e criativas" que, em sua teoria, evidenciam o crescimento de alta tecnologia. Neste sentido, nosso olhar se deu para o empreendedorismo criativo fomentado no bairro Floresta, buscando dialogar com atores sociais comprometidos com as novas dinâmicas criativas de empreendedorismo neste território.

Coletividades de cultura e economia criativa estabelecem processos de aproximação e distanciamento nas suas localizações no bairro, práticas e projetos para a região. Aproximações no sentido que, mesmo sendo diferentes em suas gêneses e objetivos, há uma congregação de fatores como a união para cultura do território e o imaginário de desenvolvimento social. Contudo, outras dimensões são distintamente associadas pelo que podemos observar, como as relações de vizinhança e a atuação junto ao poder público. A primeira diferença se dá pela historicidade da presença de coletivos culturais no bairro Floresta, como o carnavalesco, em oposição aos empreendedores da classe criativa, que estão há não mais que uma década trabalhando na região, e muitos sequer moram na região. A segunda se dá pelo engajamento e os acessos da classe criativa (não querendo homogeneizá-la) aos departamentos de governança pública.<sup>1</sup>

Se em muitos sentidos é difícil distinguir equipamentos de cultura e economia criativa no território, visto as suas aspirações para o bairro Floresta, tais distinções evidenciam-se quando buscamos perceber o olhar que esses atores sociais têm para a região. Como veremos mais à frente, os empreendedores criati-

---

<sup>1</sup> Esse processo pode ser evidenciado pela transferência, em 2021, da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo para o Instituto Caldeira, um projeto da articulação Pacto Alegre que funciona como um *hub* de inovação sediado numa área de 22.000 m<sup>2</sup>, que antigamente abrigava as fábricas das Indústrias A.J. Renner na região norte do 4º Distrito. Segundo o atual vice-prefeito de Porto Alegre: "Estaremos trabalhando ao lado de grandes empresas e *startups* em um ecossistema colaborativo. Acreditamos que *todos os setores crescem juntos*" (Caldeira, 2022, grifo dos autores).

vos buscam a região desde meados de 2010. Na pesquisa de mestrado de Silva (2019), percebemos que a primeira classe a ocupar esse território foi a artística, que ocupou pequenos casarões antigos.<sup>2</sup> Nessa fase inicial, houve o surgimento da iniciativa do *Distrito Criativo* na região, proposta muito relacionada ao que ocorreu no bairro de Poblenou em Barcelona através do projeto 22@. Trata-se de uma ocupação em menor escala, na qual o impacto social da migração de jovens com poder de consumo para o território foi encarado positivamente. Porém, com um lento, mas presente, processo de reestruturação urbana, o bairro foi entendido como um espaço possível para economia criativa da cidade. Desde então, a “inovação” tem se tornado a ideia central dos projetos para território, destoando de um processo inicial de ocupação atrelado ao campo artístico e cultural.<sup>3</sup>

Segundo um interlocutor do Distrito Criativo, não se trata de um projeto cultural, mas de inovação social. O que motiva a criação deste coletivo de artistas e empreendedores sobre um território da cidade são os “impactos econômicos, sociais e urbanos”<sup>4</sup> da necessária revitalização. Percebe-se que as interseccionalidades entre cultura e economia criativa também fazem parte dessa congregação de empreendimentos que contemplam uma diversidade de estabelecimentos que vão de casa de shows até padarias modernizadas. Baseado na divisão entre economia criativa, economia do conhecimento e economia da experiência, o distrito criativo agrega atores sociais que buscam “mudar a cara” da região, buscando uma mudança de perfil urbano que carrega o estigma do abandono.

A mídia também teve e tem um papel importante na construção social deste território. Desde 2013, inúmeras reportagens refletem sobre a presença da cultura e da economia criativa no bairro Floresta. Uma reportagem da Zero Hora, de 2012, diz que “Porto Alegre é a segunda cidade mais criativa do Brasil” (Colussi, 2012). Já o Jornal do Comércio, em 2014, expõe que “Nasce um vilarejo criativo em Porto Alegre” (Lewgoy, 2014). Tais reportagens, assim como tantas outras, cada vez mais recorrentes, além de atestarem uma atenção midiática dada ao território, trazem o tema da cultura e da economia criativa como dois grandes eixos responsáveis por uma revitalização da região.

Dito isto, passaremos a apresentar os projetos públicos destinados ao fomento da economia criativa, à inovação e à cultura na região do 4º distrito, com

---

<sup>2</sup> Processo que se assemelha ao que Sharon Zukin denominou de “loft living” no bairro do Soho em Nova York.

<sup>3</sup> Através de uma pesquisa exploratória, nota-se que muitos ateliês de artistas gaúchos, instalados no início da proposta do Distrito Criativo, já não existem mais. Contudo, vale ressaltar a importância da Vila Flores – que ocupa um espaço grande de antiga moradia operária – como uma das grandes referências que permanece até hoje no campo da cultura e da economia criativa.

<sup>4</sup> O site do Distrito Criativo é uma fonte documental para muitas informações aqui trabalhadas. Acessado em 04 de março de 2022 (<https://distritocriativo.wordpress.com/>).

especial atenção ao bairro Floresta, principal território desta pesquisa. Depois, apresentaremos alguns dos dados obtidos através dos procedimentos metodológicos que serão apresentados.

### 3.3 OS PROJETOS DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA PARA O BAIRRO FLORESTA

Esta pesquisa qualitativa utilizou três ferramentas de coleta de dados primários e secundários: (a) revisão bibliográfica de estudos que versam sobre economia criativa e cultura na cidade de Porto Alegre; (b) análise documental de projetos e reportagens que tratam sobre economia criativa e cultura na cidade; (c) realização de entrevistas semiestruturadas com interlocutores-chave identificados nas etapas anteriores.

No escopo da análise de projetos de cultura e economia criativa no Floresta, encontramos, em geral, projetos destinados à região do 4º distrito como um todo. Porém, conforme avançam as gestões municipais, alguns projetos são reformulados e outros esvaziados. Ao mesmo tempo, as diferentes sub-regiões do 4º distrito também sofrem interferências distintas, fazendo com que algumas características prevaleçam em determinados bairros em detrimento de outros. É o caso do bairro Floresta e do São Geraldo, os quais são normalmente citados e transformados em laboratórios de intervenções urbanas específicas. Neste artigo apresentaremos brevemente os documentos, projetos e programas analisados na pesquisa, pois sua gênese, desenvolvimento, finalidade e resultados podem ser consultados no capítulo 4: Governança urbana no bairro Floresta: agentes, estratégias e planos de intervenção (Tavares; De Souza; Winckler, 2022), presente neste mesmo volume.

Os principais projetos que se destacam no fomento à economia criativa e à cultura na região foram: 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 +4D.<sup>5</sup> É importante destacar que outros projetos destinados à criatividade, à inovação e à cultura também incidem sobre o território,

---

<sup>5</sup> Desde a década de 1990, 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 Tecnópolis (PAT) e do Comunidade, Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo (CITE) são exemplos de uma história política dos projetos de inovação neste território.

porém de forma transversal. Estes projetos não serão trabalhados neste artigo, pois extrapolam o recorte territorial proposto. A cidade de Porto Alegre possui, desde 2013, um Comitê Municipal de Economia Criativa.<sup>6</sup> O Comitê, em 2014, lançou, sob coordenação do Inovapoa,<sup>7</sup> um Plano de Economia Criativa da Cidade, baseado no modelo de tríplice hélice (governo, entidades de ensino e sociedade). Com o objetivo de orientar ações municipais e potencializar inovações no campo da economia criativa, seriam criados “territórios criativos”, isto é, “espaços, bairros, regiões e polos que apresentam potenciais para o desenvolvimento e crescimento local baseados na criatividade, inclusão e diversidade cultural e produção de capital intelectual” (Plano de Economia Criativa de Porto Alegre, 2013, p. 25).

O principal território criativo seria o 4º Distrito, a partir de seu “resgate e revitalização”, potencializando-o como “Polo de Economia Criativa 4º Distrito”. Segundo Silva (2019), o entendimento de economia criativa trazida pelo Plano dizia respeito à perspectiva de uma aglomeração e rede de interação de uma classe profissional criativa, cujos contornos abarcariam desde linguagens artísticas, culturais, moda, design até mercados de novas tecnologias, com mídias, *games* e *softwares*. Embora o Comitê tenha, de acordo com o autor, sofrido esvaziamen-

---

<sup>6</sup> “Criado através de Decreto em 9 de outubro de 2013, o Comitê Municipal de Economia Criativa é formado pelas seguintes entidades da sociedade civil: Agência de Inovação Social, Associação de Desenvolvedores de Jogos Digitais do Rio Grande do Sul, Associação Gaúcha de Dança, Associação Rio-Grandense de Artes Plásticas Francisco Lisboa, Associação Rio-Grandense de Publicidade, Câmara Municipal de Porto Alegre, Câmara Rio-Grandense do Livro, Conselho das Entidades de TI do Rio Grande do Sul, Conselho Municipal de Ciência e Tecnologia, Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul, Federação do Comércio de Bens e Serviços do Estado do Rio Grande do Sul, Federação das Associações Comerciais e Serviços do Rio Grande do Sul, Instituto dos Arquitetos do Brasil, Laureate International Universities (Uniritter), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rede Metodista de Educação, Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas, Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversão, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Universidade do Vale do Sinos, Nós Gestão de Negócios e Fundação do Cinema do RS. Os órgãos da prefeitura que integram o comitê são os seguintes: Gabinete de Inovação e Tecnologia, Secretaria de Comunicação Social, Gabinete do Vice-Prefeito, Secretaria de Cultura, Secretaria da Fazenda, Secretaria Municipal de Governança Local, Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio, Secretaria da Juventude, Secretaria do Trabalho e Emprego, Secretaria do Turismo e Secretaria de Urbanismo” (Flores, 2018). Embora o Comitê tenha se esvaziado, tal como argumenta Silva (2016), recentemente a PMPA abriu inscrições para nova composição e está promovendo sua reestruturação (Rossa, 2022).

<sup>7</sup> Inovapoa, ou Gabinete de Inovação e Tecnologia, de 2009, passou a se chamar Coordenação de Inovação da Prefeitura de Porto Alegre e, atualmente, segue como Gabinete da Inovação ligado diretamente à PMPA. Tal órgão foi concebido com o objetivo de “articular a interação entre agentes públicos e sociedade civil organizada para estimular a Criatividade, Inovação e o Empreendedorismo visando o desenvolvimento da cidade e de seus cidadãos” (PMPA, 2022a). Mais recentemente, entre suas políticas estão “o apoio ao empreendedorismo e a competitividade de empresas, bem como o desenvolvimento de projetos nas áreas de tecnologia da informação e governo digital” (PMPA, 2022b).

tos, seu impacto em situar Porto Alegre nos fluxos internacionais de economia criativa foram significativos, potencializando a cidade à competitividade global. Ainda, tal Plano teve como desdobramento a tentativa de aproximação entre poder público e esse novo segmento, através de formas de incentivo para empreendimentos, fóruns de discussão em âmbito legislativo, mapeamento de iniciativas, tendências e oportunidades, bem como de “boas práticas” ancoradas em projetos exitosos (Silva, 2019).

Por parte da prefeitura, um desdobramento desta iniciativa pôde ser identificado no Projeto de Lei Complementar 022/2015 que, ao final do ano de 2015, instituiu a redução do Imposto sobre Serviços (ISS) e a isenção do Imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana (IPTU) e do Imposto sobre Transmissão de Bens Imóveis (ITBI) às empresas de base tecnológica, inovadora ou de economia criativa que se instalassem na região do 4º distrito pelo período de 5 anos (Venegas; Barcellos, 2015).<sup>8</sup> Segundo o prefeito à época, José Fortunati (2010-2017), a escolha do 4º distrito “se justifica tendo em vista o objetivo de revitalização daquela área, além de já estar consubstanciada no Plano Diretor, é anseio, necessidade e objeto de estudos acadêmicos e iniciativas das universidades, do poder público e da comunidade local” (Idem). Outra iniciativa relevante para a região foi a criação de uma Zona de Inovação Sustentável de Porto Alegre (ZISPOA), fruto de um financiamento do Banco Mundial. O ZISPOA, elaborado pelo Governo do estado pela Global Urban Development (GUD), foi uma estratégia econômica de fomentar *startups* e negócios ligados a “Inovação e Tecnologia; Empreendedorismo e Startups; Sustentabilidade e Eficiência de Recursos; Criatividade e Colaboração; Gestão Comunitária Participativa; e Ambiente Amigável aos Negócios” (ZISPOA, 2022).

Outro plano significativo para o 4º distrito foi o chamado Masterplan (2016). O projeto, encomendado pela Prefeitura de Porto Alegre à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em 2016, estava inserido no Programa Desenvolver com Inovação. O Masterplan ancorava-se nos conceitos de Smart City, Distritos Criativos e Áreas de Inovação Tecnológica, cujos significados convergiam “para a ideia de uma cidade onde seja possível morar, trabalhar e viver gerando riqueza social, econômica e ambiental” (Masterplan, 2016).

Segundo o diagnóstico presente no documento “MASTERPLAN 4D: Operação Urbana Consorciada para Revitalização Urbana e Reconversão Econômica do

---

<sup>8</sup> É interessante destacar que, na votação na Câmara Municipal do PLCE 0212/2015, foi aprovada apenas uma das emendas propostas pelos vereadores ao projeto do Executivo. A emenda nº 1, que pedia a isenção de IPTU, ITBI e ISS também para empresas da região que apresentassem projetos de moradia popular, foi rejeitada, ao passo que a emenda nº 2, que incluía as empresas de economia no rol das isenções, foi aprovada (Venegas; Barcellos, 2015).

4º Distrito de Porto Alegre (2016), se faria necessário pensar, planejar e acompanhar o processo de reconversão da cidade de Porto Alegre através de um esforço localizado, preferencialmente em um território que apresentasse condições para o desenvolvimento inicial e prioritário das novidades trazidas por essa nova economia. Nesse contexto é escolhido o 4º Distrito em função de seu “amortecido pela falta de investimentos econômicos, decomposição do patrimônio edificado, dispersão de investimentos públicos em infraestrutura e serviços além de crescente decomposição do ambiente social em alguns dos seus setores” (NTU-UFRGS, 2017). Portanto, o objetivo geral do Masterplan seria revitalizar econômica e socialmente a região, potencializando-a como um ecossistema de inovação tecnológica e social, um “*Living Lab*” fomentado, financiado e gerido por parcerias público-privadas através de Operação Urbana Consorciada. Dessa vez, o modelo de quádrupla hélice deveria ser implementado, isto é, uma parceria de governo, empresas, sociedade civil e universidades buscando o desenvolvimento do território através da inovação, sustentabilidade, resiliência social e ambiental e inteligência territorial.

Conforme avança a relação entre a prefeitura e as universidades sediadas na capital, novas articulações entre atores sociais locais começam a se desenvolver. É o caso do Pacto Alegre, uma articulação entre a PMPA, empresas privadas, universidades (a partir da Aliança pela Inovação formada pela UFRGS, PUCRS, Unisinos) e sociedade civil, que, desde 2018, propõe cerca de 40 projetos para a cidade, inspirados no modelo Barcelona. O chamado modelo Barcelona refere-se ao projeto executado no Distrito 22@, cuja destinação de negócios para a criatividade e inovação são as principais marcas. Dentro destes projetos, podemos destacar o projeto “territórios criativos”, que procura “estimular a transformação da cidade pela consolidação e expansão de ações de inovação, criatividade e empreendedorismo em territórios estratégicos” (Pacto Alegre, 2022), bem como o projeto Hands on 4D, que seria um “*kick-off* da revitalização criativa do 4D com engajamento da comunidade, empreendedores e agentes de inovação da região”, de forma a projetar as ações emergentes no 4D, bem como transformá-lo em um *Living Lab* de novas tecnologias (Pacto Alegre, 2022). Outros projetos também giram em torno de difundir a utilização de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) em diferentes esferas da administração pública, bem como de incentivar a criação de Porto Alegre enquanto uma “cidade das *Startups*”, fortalecendo a criação de um “ecossistema de geração de *startups* para acelerar o ritmo de indução de novos empreendimentos” (Pacto Alegre, 2022).

Um dos mais importantes financiadores das transformações no 4º Distrito, contudo, é o Banco Mundial que, em 2020, após firmar em 2018 uma parceria com a PMPA de U\$ 30 milhões para apoiar um plano de desenvolvimento para o 4º Distrito (Borba, 2018), lançou o documento técnico “Transformação Urbana e Financiamento de Infraestrutura no 4º Distrito – Porto Alegre” (2020), em que

sugere um plano de investimentos de capital, de gestão da valorização imobiliária, ações na segurança pública, no desenvolvimento social, no saneamento e na requalificação urbana.

Já ao final de 2021, um novo projeto surge, denominado “Programa +4D”. Prometendo “tirar do papel” e aperfeiçoar os diferentes projetos e diretrizes acumulados para a região até então, com o objetivo de que o “4º Distrito possa chegar ao seu verdadeiro potencial” (O desenvolvimento..., 2021), qual seja, da inovação e da criatividade enquanto seus principais elementos da reestruturação urbana. Na apresentação do Programa à Câmara Municipal, um dos vereadores presentes, que faz parte da Frente Parlamentar do 4º Distrito, afirmou que “o 4º Distrito ouve discursos há 30 anos, chegou a hora de fazer' [...] É um programa ousado, que foi construído por muitas mãos e há várias gestões. Certamente vai colocar a região e a cidade em um novo patamar” (Andrade Jr, 2021).

A análise documental desses diferentes projetos para a região indica uma prevalência da ideia de que existiria, no território do 4º Distrito, uma vocação para a criatividade e para a inovação. Segundo Silva (2019), especificamente o bairro Floresta pode ser visto como uma vitrine da economia criativa que projeta Porto Alegre nos fluxos econômicos globais ligados a essa rede produtiva. Um questionamento, entretanto, se faz presente: por que o bairro Floresta? Por que tais vocações são atribuídas ao 4º distrito? Este e outros questionamentos serão trabalhados na próxima seção.

Já no que diz respeito à área da cultura, os projetos, em sua maioria, têm uma abrangência grande na cidade, não se restringindo a iniciativas culturais específicas do bairro Floresta. A Lei Aldir Blanc (Lei 14.017/20), por exemplo, dispõe sobre o financiamento de iniciativas de vertentes culturais, visando à seleção de agentes culturais (pessoas físicas ou jurídicas) que tenham prestado relevante contribuição ao desenvolvimento artístico ou cultural no país. Tendo em vista o cenário de crise no campo da cultura ocasionado pela pandemia de Covid-19, esta lei foi uma resposta da Câmara Federal para que tais iniciativas tivessem algum tipo de colaboração para continuar suas atividades. No caso do bairro Floresta, alguns coletivos, instituições e núcleos de cultura foram financiados por tal lei, o que os ajudou, em maior ou menor medida, a manter suas atividades culturais.

Porém, um caso interessante a se perceber no campo da cultura no bairro Floresta foi a criação de uma nova sede do Museu de Arte Contemporânea do Rio Grande do Sul (MACRS). Inaugurado em 1992, o Museu ocupa um espaço na Casa de Cultura Mario Quintana, no centro histórico da cidade. Em 2020, uma nova sede foi idealizada no 4º Distrito, e o bairro Floresta abrigou essa iniciativa. Segundo André Venzon, o diretor do museu, “a ideia que estamos trabalhando é de um Museu de bairro, que interage com os pontos criativos que já existem no IV

Distrito”.<sup>9</sup> Mais uma vez, o que se evidencia nesse processo é íntima articulação entre cultura e economia criativa, na qual a proposta de um museu de bairro não pode estar desconectada das dinâmicas de inovação presentes no território.

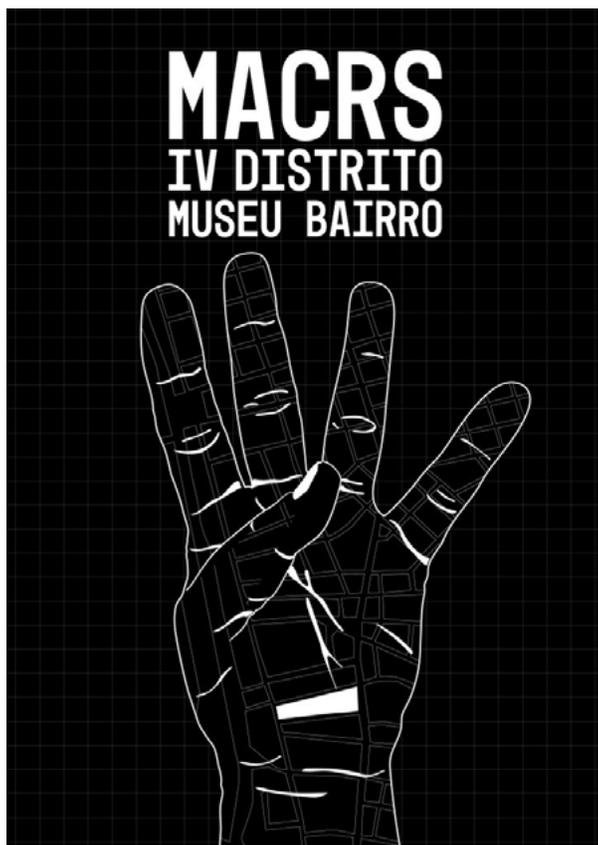


Figura 1 – Imagem Museu 4D: Imagem de divulgação da nova sede do MACRS no 4º Distrito, localizado no bairro Floresta

Fonte: Site Associação de Amigos de MACRS.

As alterações na dinâmica do bairro Floresta e do 4º Distrito, portanto, não surgem apenas das iniciativas do poder público e de investidores financeiros. Empreendedores locais são fundamentais para a caracterização do bairro enquanto

---

<sup>9</sup> Esta e outras informações podem ser encontradas no site da Associação de Amigos do MACRS. Acessado em 07 de março de 2022 (<https://amigosdomacrs.com.br/sede-iv-distrito/>).

um espaço urbano criativo e inovador. Tais atores podem estar instalados na região desde antes dos recentes projetos de incentivo, como podem ter sido atraídos pela propagação desta vocação. Atores sociais, como os empreendimentos autodenominados criativos e inovadores, impulsionam esta perspectiva, podendo projetar a transformação do bairro em algo semelhante a outros bairros internacionalmente famosos, a exemplo de uma interlocutora que afirma:

Acredito muito no potencial dessa região, acho que vai virar um Soho, New York... é mais chique, virar um Brooklin, um Chelsea, sabe uma coisa meio hype, meio antiga que consiga conviver...Eu amo! Quando eu viajo eu vejo esses lugares eu fico pirada, sabe... também por isso quando eu ia pra fora, a gente não tem isso em Porto Alegre, no Brasil pouco né, então me motivou muito assim (E1).

Na próxima seção vamos apresentar alguns dos atores locais, através de suas iniciativas culturais e criativas e suas próprias narrativas sobre a percepção do bairro, projetos e financiamentos, transformações, redes e seus desejos para a região. Portanto, partimos agora para uma aproximação dos discursos de determinados atores sociais do bairro Floresta, observando a conexão entre estes macroprojetos apresentados com as experiências de vivência na região.

## 3.4 PENSANDO CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA: NARRATIVAS SOBRE O BAIRRO FLORESTA

As entrevistas semiestruturadas realizadas com quatro interlocutores principais, três representantes da classe criativa e um da cultura no bairro, foram organizadas seguindo quatro dimensões: trajetória do ator social, inserção e vínculos com bairro; percepção das transformações no bairro; redes e interlocução com outros agentes.<sup>10</sup> O objetivo geral da realização das entrevistas semiestruturadas foi identificar, entre as dimensões supracitadas, a percepção dos atores sociais quanto ao bairro Floresta (por que escolheram o Floresta; quais transformações, dificuldades e potencialidades identificam no bairro) e suas interconexões, tanto no interior do bairro quanto com o poder público e outros atores sociais em diferentes escalas geográficas.

A primeira entrevista foi realizada com uma representante da classe criativa que, ao herdar uma casa da família no bairro, em 2017, investiu recursos pró-

<sup>10</sup> A metodologia adotada nesta pesquisa encontra-se no capítulo 1: Metodologia e dimensão Global-Local no bairro Floresta no 4º Distrito, presente neste mesmo volume.

prios em uma reforma, que transformou a casa em casa de shows, *coworking*, estúdio para gravações e café. Seu objetivo era criar: “um lugar plural que abrigue várias iniciativas e várias formas de arte” (E1).

Já a segunda entrevista foi realizada com um representante da classe cultural, cuja iniciativa é ora apoiada e valorizada pela prefeitura, ora menosprezada e esquecida. Esta iniciativa cultural focada no carnaval dá mais vida a uma das principais avenidas do bairro Floresta desde 1995, quando foi transferida para o bairro em um terreno cedido pela prefeitura. A sociabilidade única, proporcionada por sua presença, faz com que sejam bem inseridos na região: “a gente vê que somos reconhecidos pela comunidade: a escola de samba que o pessoal da volta adora ver” (E2).

A terceira entrevista foi efetuada com uma representante da classe criativa, cuja iniciativa foi uma inspiração de outros espaços de *coworking* semelhantes, considerados, em feiras de negócios, como uma tendência. A iniciativa se instalou no ano de 2018 em um prédio tradicional, recém reformado por um investidor, na divisa entre o bairro Floresta e o bairro São Geraldo, cuja destinação mudava radicalmente: “a nossa ideia no início, a gente tinha essa consciência que era um negócio muito disruptivo, num prédio antigo, a gente não podia ser um ovni que ia aterrissar ali, né” (E3).

Por fim, a última entrevista, também realizada com um representante da classe criativa, simboliza a reestruturação econômica que o bairro vem experienciando: o prédio de uma antiga fábrica, herdada da família, em 2016, transformada em espaço de *coworking* de inovação e criatividade, bem como em um dos mais importantes estúdios audiovisuais da América Latina, como um “centro do raciocínio da reutilização do prédio como ele foi até ali” (E4).

Foi possível identificar algumas convergências entre os atores, como a escolha de instalar sua iniciativa no bairro (ou seu entorno próximo) em função da possibilidade de transformar suas propriedades familiares, antes destinadas à habitação, serviços ou indústria, em *coworkings* e espaços ligados ao campo da música (shows, gravações). Este ponto esteve presente, sobretudo, nas iniciativas criativas analisadas pela pesquisa, cujo investimento, seja ele primário (reforma inicial do local) ou secundário (adaptações ao conteúdo de seu empreendimento), provém de recursos financeiros próprios. Tal fato pode indicar que, tratando-se de iniciativas que requerem grandes investimentos em infraestrutura e mobiliário, tais atores sociais entrevistados pertencem a classes sociais de maior poder aquisitivo.<sup>11</sup> Esta hipótese pode ser associada, ainda, aos dados levantados em entrevista quanto a suas trajetórias pessoais, as quais envolviam viagens internacionais, formação superior e especializações em suas respectivas áreas.

---

<sup>11</sup> Este fato também se apresenta em outros marcadores sociais da diferença de empreendedores da região, como cor e raça.

Já a origem social e trajetória do ator entrevistado do campo da cultura diverge, em parte, de tal trajetória dos empreendedores da economia criativa. Esse ator se especializou como carnavalesco, e seu papel na iniciativa cultural analisada era administrativa e de direção de bateria de uma escola de samba que, embora com grande proeminência no campo cultural local, depende de terreno e recursos públicos, os quais, a depender da administração pública (municipal e nacional), podem oscilar. Contudo, a iniciativa cultural é tida como um importante elemento do bairro, movimentando a região do entorno, principalmente em dias específicos de ensaio. Os dados parecem indicar que se trata de uma iniciativa inclusiva, que fomenta a economia local e atrai economia informal através do oferecimento de bebidas e lanches em frente ao local.

No que tange às iniciativas da economia criativa, parece haver um maior afastamento com outros atores locais, salvo aqueles que fazem parte das redes específicas que envolvem esse tipo de empreendimento. Os atores entrevistados apontaram dificuldade de se integrarem com a população local, embora apontem que esta é uma preocupação constante. Para uma entrevistada, “a ideia é fazer ações sociais de inclusão em que os moradores participem” (E1) e para outra: “a gente tem que fazer o papel de conversar mais” (E3). Parece haver, no entanto, em comum entre as entrevistadas, uma integração de tipo assistencialista com a comunidade do entorno, mais do que como parceria estratégica para seu negócio.

A inserção (ou a falta dela) no bairro se alinha com o próprio público que frequenta tais iniciativas: em todas as entrevistas, sejam elas do campo da cultura ou da economia criativa, foi apontado que o público que frequenta provém de diferentes partes da cidade. Em uma das instituições culturais que pesquisamos, o público parece ser de origem mais popular, vinda de diferentes partes da cidade e da região metropolitana, com uma marca mais conservadora e tradicional, como ilustra a fala do Entrevistado 2:

Têm muitas famílias, muitos conhecidos, muito homem velho que já colaborou e agora está vendo seu filho, seu neto, parente ajudando aquilo que ele já fez. É uma escola muito antiga, conservadora, tradicional, vão passando naturalmente, mas com toda naturalidade.

Já nos empreendimentos de economia criativa, parece haver uma prevalência de classes sociais mais altas – tal hipótese pode ser caracterizada pelo próprio preço de adentrar e utilizar os espaços de *coworking* (Coworking Brasil, 2022). O E3 converge com o descrito anteriormente dizendo: o público que frequenta [...] hoje, que vai lá pelo *coworking* não é o público do bairro, porque a gente é um produto um pouco *premium* para o bairro (E3). Outro entrevistado da classe criativa apontou que, embora o público que frequente sua iniciativa provenha não apenas de outras partes da cidade, como de outros lugares do mundo, a vizinhança aprecia

o processo iniciado pela transformação do imóvel, através dos equipamentos de segurança que contribuíram para diminuir a violência na rua: “a gente começou a ocupar e deu uma acalmada na rua. Temos isso com nossos vizinhos muito claro, porque eles nos agradecem por esse processo” (E4).

Duas das iniciativas entrevistadas, ainda, procuram fomentar a ideia do desenvolvimento de um ecossistema de inovação e criatividade na região do 4º Distrito através do fortalecimento de redes entre atores sociais do mesmo nicho de mercado. Tal iniciativa é incrementada por projetos públicos, como citado na seção anterior – embora estes sejam vistos com desconfiança por alguns dos atores entrevistados, como afirma a entrevistada 3, para quem o descrédito as ações do poder público é algo comum entre empreendedores da região:

[a economia criativa] é o que está movendo o 4º distrito, é o que está promovendo. O Masterplan existe há muitos anos, apesar disso, da ineficiência do poder público. Esses negócios estão acreditando [...] cada investidor, ele fala com a Prefeitura e ele mesmo reforma a rua dele, não fica esperando, sabe? [...] Não acredita que o poder público vai fazer muito, a gente até tenta se envolver, não é que não acredita mas não aposta todas as fichas. Vamos retomar o Masterplan? Ta bom, vamos, mas não acho que isso aí vai acontecer. É indústria criativa no sentido mais amplo que está fazendo acontecer o 4D. [...] O que a gente fala em alguns momentos: ‘O 4D está acontecendo, apesar de o poder público não estar fazendo quase nada, ta acontecendo pelos empreendedores e empresários que acreditam e vão lá desbravar o bairro.

No entanto, mais de um entrevistado apontou preocupação com o processo que suas iniciativas poderiam desencadear, como a gentrificação. Segundo a mesma entrevistada “não adianta, querendo transformar um bairro, querendo atrair negócios, investidores, vão ser negócios de pessoal de fora” (E3). Portanto, em sua perspectiva, seu empreendimento pode atrair outros negócios mais capitalizados, mas deve haver uma preocupação com o entorno,

Com comércio e moradores, porque vai haver uma valorização imobiliária e essa valorização a gente tem que trabalhar para não expulsar os atuais moradores e comerciantes dali. é uma conciliação difícil né, mas tem que ter essa preocupação.

Esta preocupação, no entanto, não aparece na iniciativa cultural analisada, pois as transformações no bairro, sobretudo advindas do poder público (calçamento) e do mercado imobiliário (novos prédios) são apreciadas: “estão construindo um prédio enorme aqui perto, que eu não sei o que que é. É um grande sinal de uma melhora, supõe-se que seja isso” (E2). Uma característica importante dessa entrevista é o nível de parceria buscado entre o empreendimento de cultura e o poder público, demonstrando uma relação de dependência da instituição frente às prioridades de atuação das gestões municipais.

Este ponto demonstra uma discrepância com os entrevistados da classe criativa, cuja independência do poder público, bem como seu descrédito a este, é uma marca importante, tanto em ações quanto em financiamentos. Para um entrevistado (E4), os projetos de revitalização estariam muito mais atrelados a interesses comerciais e o termo “economia criativa” seria de tempos em tempos, “chacoalhado” para privilegiar o mercado imobiliário, por exemplo.

Tu chegas no poder público, todo mundo sorri, todo mundo acha lindo, chega semana que vem, aparece outra necessidade e eles não podem. Não to falando de má fé eu to falando da natureza de como funciona, ainda mais do Brasil, a questão do poder público, é muito broxante. [...] eu estou bem decepcionado com o uso do poder público com tudo que eles prometem que vão fazer e eles não fazem exatamente como dizem, né? Pior eles fazem muito menos e demora muito mais. Eu já vi melhorar. Não alaga todo dia que chove, a segurança melhorou de uma certa forma, mas essa questão do da economia criativa é um é um jargão muito aberto.

Já para a entrevistada 1, pelo contrário, “o fato de ser uma cena “criativa” é de extrema importância para mim, me identifico com o lugar por isso” (E1), embora desconheça os projetos do poder público destinados para a região e sinta que “são só promessas, não vejo nenhum concretizar algo aqui, de fato”. Essa falta de materialidade também apareceu na entrevista 4, na qual a entrevistada critica as leis de incentivos e isenção de IPTU, ITBI, pois, segundo ela, para conseguir tais isenções e reduções, o imóvel deve estar no CNPJ da empresa, algo que não ocorre em seu empreendimento, possivelmente por se tratar de imóvel atrelado ao seu “*family office*”:

A gente já estudou esses financiamentos, tem até uma linha de crédito para negócios da economia criativa. [...] não conheço ninguém que tenha conseguido acessar tá, é só blabláblá e uma burocracia enorme. [...] então quando a prefeitura fala e tem isso e tem agora pergunta alguém que acessou? (E3).

Tanto a relação com o poder público quanto a percepção da direção das iniciativas no bairro também parecem ser divergentes entre os atores estudados. Enquanto que, para os entrevistados da economia criativa, parece haver uma confiança nas ações de empreendedores nas transformações positivas do bairro, em detrimento das transformações oferecidas pelo poder público, como os planos de revitalização,<sup>12</sup> para o ator social entrevistado no campo da cultura, parece haver uma impotência quanto à interferência de sua iniciativa cultural nas melhorias do bairro, segundo ele:

---

<sup>12</sup> Inclusive uma das entrevistadas aponta uma substituição à palavra “revitalização”: “a gente fala em vitalização, de modernização, melhoramentos, E tenta não falar a palavra revitalização, porque já tem coisa ali né, não precisa... tu precisa melhorar um pouco o bairro, modernizar ou cuidar um pouquinho” (E3).

*Não tem como a gente mudar muita coisa, as coisas têm que vir de cima para baixo, vai vir iniciativas da prefeitura, os espaços vão ser melhorados [...] se não tiverem apoio do poder público, do espaço geográfico, segurança, iluminação, pista de desfiles, construção de arquibancadas, fica muito difícil de executar, se não tiver a ajuda da prefeitura e também para o governo do estado e procuramos dialogar estrategicamente. Reconhecemos que somos muito pequenos para chegar nesses poderes” (E2).*

Ao mesmo tempo, no entanto, tal ator indica que “tem contatos” nos diferentes poderes municipais. Segundo ele, “temos amigos na Câmara de Vereadores, na prefeitura...” (E2). No entanto, esta “amizade” não se concretiza necessariamente em ações por parte do poder público, embora sejam fundamentais para se criar possíveis redes com o setor privado. Para este ator, tal instituição cultural não teria a credibilidade de pleitear um financiamento de grandes empresas, mas o poder público poderia fazer essa mediação:

*É muito difícil uma escola de samba conseguir apoio do empresariado. Está difícil para todos, independentemente da pandemia. Mas a escola de samba por si só, para chegar ao comercial Zaffari, da CEEE, que já nos patrocinaram. Vou botar minha melhor beca, para falar com a CEEE, Zaffari? Melhor o prefeito fazer.*

A questão dos “contatos”, no contexto de capital social, parece ser muito importante para ambas as iniciativas, culturais e criativas. Na iniciativa cultural analisada, por exemplo, a estratégia adotada para aproximação do poder público foi a elaboração de uma carta aberta a todos os candidatos à prefeitura de Porto Alegre nas eleições de 2020. Já no que tange a algumas das iniciativas criativas, há maior diálogo com o poder público e com o destino de algumas transformações no bairro. É o caso, por exemplo, de um dos projetos elaborados no âmbito da articulação do Pacto Alegre, que, ao traçar um plano piloto para a região, fez de tal forma para incluir um dos empreendimentos criativos, segundo a entrevistada 3. Ao mesmo tempo, os contatos fora do poder público também são importantes, sejam eles locais, sejam internacionais. É o caso de uma das iniciativas que considera a internacionalização de seu empreendimento como um elemento fundamental: “o mercado internacional é absolutamente fundamental” (E4). Ainda, para o mesmo entrevistado, “essa internacionalização para gente é muito natural, a gente também tem passaporte alemão, cidadania” (E4), o que facilitou a compra e a importação dos equipamentos que são utilizados em seu empreendimento.

Contudo, essa agenda de “contatos” fundamentais parece dizer respeito muito mais aos nichos dos quais as iniciativas estão inseridas do que entre diferentes nichos: no caso da iniciativa cultural, “relacionado à cadeia produtiva do carnaval” (E2) e, no caso dos empreendimentos criativos, ao Distrito Criativo e redes de negócios de inovação e criatividade. O grau de tais inserções variam, podendo ser praticamente nulas – inclusive com algum elemento de descrença e desconfiança

–, até a própria criação de novas redes no interior do bairro, a exemplo da nova iniciativa “Seja, Sou, Somos 4º Distrito!”

Por fim, outro elemento de análise, a transformação do bairro e os desejos e expectativas destas transformações, também pode ser identificado. Em comum, todos entrevistados apontaram preocupação com a melhora da segurança e da criação de uma “comunidade” – seja ela do bairro, seja ela respectiva ao seu nicho de mercado – mais integrada. Para uma entrevistada (E1), deveria haver mais incentivos por parte da Prefeitura, de revitalização e de incentivos fiscais para que o bairro possuísse um “DNA cultural” com lugares voltados à cultura, artes e gastronomia. Seu desejo é que no bairro

Fosse possível as pessoas caminhar pelas ruas sem medo, com mais segurança. Um lugar mais limpo sem o lixo exposto nas ruas. Um lugar que as pessoas não tivessem medo das prostitutas e que a coisa fosse mais integrada (E3).

Já outro entrevistado (E4) acredita que seja possível tal transformação se houver uma nova organização do bairro, baseada no “investimento em tecnologia e infraestrutura, cuidando para que não se faça só um olhar dentro das expectativas de desenvolvimento imobiliário para alta classe”. Para ele, “hoje [o bairro] se desenvolve também de uma forma que acaba refletindo em prostituição e tráfico, coisas negativas” (E4). Porém, tanto este entrevistado quanto a entrevistada 3, da classe criativa, acreditam que sejam possíveis transformações no bairro que se assemelhem a “estruturas de primeiro mundo”, nas quais o bairro “conviva bem com o novo e o antigo, o chique e o mais *underground*, imagino um *Brooklyn*, um *Chelsea*” (E3).

## 3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos este capítulo abordando as interseccionalidades entre as iniciativas de cultura e economia criativa articuladas no bairro Floresta em Porto Alegre. Em um primeiro momento, indicamos quais eram e são os principais planos para o desenvolvimento econômico e social da região, assim como a percepção de determinados atores sociais sobre eles. Logo após, utilizando uma metodologia de entrevistas semiestruturadas, buscamos acessar narrativas destes empreendedores comparando o que eles têm em comum e no que eles se distanciam.

Os grandes projetos de intervenção urbana que afetam o 4º Distrito de forma geral e o bairro Floresta, de forma específica, têm uma história política que visa à mudança da realidade de abandono deste território. Além destes projetos

que envolvem muitos atores sociais e que partem do poder público, há uma série de atividades localizadas que mudam a cara da região e atuam, em maior ou menor medida, de forma independente a qualquer ação do poder público municipal, federal, e até, como nos foi muitas vezes colocado, parcerias internacionais.

No que se refere aos núcleos de sentido que aproximam e distanciam iniciativas de cultura de economia criativa, como relatado no primeiro capítulo deste volume,<sup>13</sup> trabalhamos com quatro dimensões: trajetória social, pertencimento ao território, percepção sobre as transformações na região e, por fim, redes de relações com o poder público. Tais indicações de categorias de análise nos indicam aspectos de convergência entre os dois grupos entrevistados, como a compatibilidade com o modelo de bairro que se deseja.<sup>14</sup> Contudo, a trajetória social e os vínculos com o bairro são pontos destoantes entre as iniciativas de cultura e economia criativa.

A importância que estes atores sociais têm no bairro Floresta é constantemente afirmada pela mídia, principalmente no que se refere às iniciativas de empreendedorismo e inovação na cidade. Talvez esta seja uma diferença fundamental entre os grupos aqui analisados: enquanto os grupos de cultura estabelecem um processo de resistência para perdurar no território e serem vistos, as iniciativas de economia criativa têm uma visualização maior nos projetos de intervenção no bairro Floresta. Tal diferenciação se dá, seja pelo acesso de empreendedores da região à construção de políticas urbanas no território, embora vistas com certo descrédito e desconfiança, seja pelo planejamento político da gestão pública atual do município que investe capital financeiro e simbólico para a transformação do 4º Distrito, e, conseqüentemente, do bairro Floresta.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE JR, Orestes. Revitalização do 4º Distrito prevê isenção de impostos e prédios icônicos sem limite de altura. *Câmara Municipal*, Porto Alegre, 17 dez. 2021. Disponível em: <https://www.camarapoa.rs.gov.br/noticias/revitalizacao-do-4-distrito-preve-isencao-de-impostos-e-predios-iconicos-sem-limite-de-altura>. Acesso em: 04 mar 2022.

---

<sup>13</sup> Capítulo 1: Metodologia e dimensão Global-Local no bairro Floresta no 4º Distrito, presente neste mesmo volume.

<sup>14</sup> Dentro da construção de um roteiro de entrevistas semiestruturadas, uma das questões colocadas aos entrevistados foi “Qual bairro você deseja para o futuro?” Tal provocação gerou uma série de manifestações relacionadas à uma idealização do futuro deste território. Manifestações que tiveram um sentido aproximado entre os dois grupos pesquisados.

BANCO MUNDIAL. Transformação Urbana e Financiamento de Infraestrutura no 4º Distrito – Porto Alegre, Sustainable Latin America Urban and Resilience (SLCUR). *Suário Executivo* – Português. 2020.

BORBA, Elisandra. Banco Mundial confirma operação inédita para Porto Alegre. *PMPA*, 26 nov. 2018. Disponível em: <https://prefeitura.poa.br/gp/noticias/banco-mundial-confirma-operacao-inedita-para-porto-alegre>. Acesso em: 07 mar. 2022.

CALDEIRA. Sede da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo será transferida para Instituto Caldeira, 29 de mar de 2021. Disponível em: <https://institutocaldeira.org.br/blog/sede-da-secretaria-do-desenvolvimento-economico-e-turismo-sera-transferida-para-instituto-caldeira/>. Acesso em: 07 mar. 2022.

COWORKING BRASIL. 2022. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/spaces/>. Acesso em: 07 mar. 2022a.

COLUSSI, Joana. Pesquisa revela que Porto Alegre é a segunda cidade mais criativa do Brasil. *Zero Hora*, 13 abr. 2012. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2012/04/pesquisa-revela-que-porto-alegre-e-a-segunda-cidade-mais-criativa-do-brasil-3725859.html>. Acesso em: 07 mar 2022.

FLORES, Paulo Cesar. Comitê de Economia Criativa promove encontro. *PMPA*, 29 jun. 2016. Disponível em: [http://www2.portoalegre.rs.gov.br/inovapoa/default.php?p\\_noticia=187586&COMITE+DE+ECONOMIA+CRIATIVA+PROMOVE+ENCONTRO](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/inovapoa/default.php?p_noticia=187586&COMITE+DE+ECONOMIA+CRIATIVA+PROMOVE+ENCONTRO). Acesso em: 07 mar. 2022.

FLORIDA, Richard. *Cities and the creative class*. Routledge, 2002.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Antropologia, 1989.

BRASIL. *Lei 14.027 de 29 de junho de 2020*. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.017-de-29-de-junho-de-2020-264166628> Acesso em: 13 abr. 2022.

LEWGOY, Julia. Nasce um vilarejo criativo em Porto Alegre. *Jornal do Comércio*, 27 out. 2014. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/site/noticia.php?codn=177334>. Acesso em: 07 mar. 2022.

NÚCLEO DE TECNOLOGIA URBANA – NTU-UFRGS. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. *Masterplan 4D: Operação Urbana Consorciada para Revitalização Urbana e Reconversão Econômica do 4º Distrito de Porto Alegre*. 2017.

O DESENVOLVIMENTO DO 4º DISTRITO SAI DO PAPEL. *Pacto Alegre*, Porto Alegre, 20 dez. 2021. Disponível em: <https://pactoalegre.poa.br/index.php/noticias/o-desenvolvimento-do-4deg-distrito-sai-do-papel>. Acesso em: 04 mar. 2022.

PMPA, 2022a. Disponível em: [http://www2.portoalegre.rs.gov.br/inovapoa/default.php?p\\_secao=1357](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/inovapoa/default.php?p_secao=1357). Acesso em: 07 mar. 2022.

PMPA, 2022b. Disponível em: <https://prefeitura.poa.br/gi> .Acesso em: 07 mar. 2022.

PROGRAMA PIONEIRO DE ECONOMIA criativa busca fomentar o setor em Porto Alegre. *Jornal do Comércio*, 14 out. 2021 Disponível em: [https://www.jornaldocomercio.com/\\_conteudo/economia/2021/10/815915-programa-pioneiro-de-economia-criativa-busca-fomentar-o-setor-em-porto-alegre.html](https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/economia/2021/10/815915-programa-pioneiro-de-economia-criativa-busca-fomentar-o-setor-em-porto-alegre.html) Acesso em: 07 de mar de 2022.

ROSSA, Thaísa. Prefeitura prorroga prazo de inscrição para o Comitê Municipal de Economia Criativa. *PMPA*, 13 jan. 2022. Disponível em: <https://prefeitura.poa.br/smdet/noticias/prefeitura-prorroga-prazo-de-inscricao-para-o-comite-municipal-de-economia-criativa>. Acesso em: 07 mar 2022.

SILVA, Luiz Henrique Apollo da. *Reestruturação urbana do Bairro Floresta: uma vitrine para o projeto de Cidade Criativa de Porto Alegre*. 2019. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

VENEGAS, Lisie; BARCELLOS, Claudete. Aprovada redução de impostos a empresas de tecnologia do 4º, 14 dez. 2015. *PMPA*. Disponível em: [http://www2.camarapoa.rs.gov.br/default.php?reg=25782&p\\_secao=56&di=2015-12-14](http://www2.camarapoa.rs.gov.br/default.php?reg=25782&p_secao=56&di=2015-12-14). Acesso em: 07 mar. 2022.

ZUKIN, Sharon. *Loft living: Culture and capital in urban change*. Rutgers University Press, 1989.

internacional  
moradores  
bairros comunidade flores  
social mundial orçamento  
tempo projeto papelheiros  
prédio região porto mundo  
público construção  
banco distrito prefeitura  
resiliência bairro casa espaço pauta  
questão vila verdade  
local vida cidade centro  
plano visão floresta rua política  
conselho governo  
zona desenvolvimento ideia  
economia projetos problema  
escritório população