

**AS CIDADES CRIATIVAS
A PARTIR DE ELSA VIVANT**

*THE CREATIVE CITIES
FROM ELSA VIVANT*

Paula Winter Lisot¹
Mauricio Barth²
Mary Sandra Guerra Ashton³
Vanessa Amalia Dalpizol Valiati⁴

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo investigar o conceito de cidade criativa a partir da autora Elsa Vivant. Entende-se, portanto, que a presente pesquisa contribui na aquisição de conhecimentos sobre a relevância de se estudar e compreender o que é uma cidade criativa, como ela pode ser construída e qual o papel da classe criativa e das indústrias criativas nesse contexto. Na etapa de coleta de dados, optou-se pelo levantamento de campo com realização de entrevistas semiestruturadas, em alinhamento com os preceitos teóricos de Bardin (2016). Para a seleção dos entrevistados, buscou-se indivíduos que cursam ou já cursaram o Mestrado Profissional em Indústria Criativa na Universidade Feevale e estão alinhados com os conceitos de cidade criativa. Ao fim do estudo, entende-se que as cidades criativas dependem da classe criativa que, através da cultura local, promovem o desenvolvimento e a revitalização de locais antes esquecidos. O surgimento de locais não planejados durante esse processo demonstra-se como benéfico e o processo de gentrificação pode ser minimizado se houver um adequado canal de comunicação entre a população e os gestores da cidade.

PALAVRAS-CHAVE: Cidades Criativas. Criatividade. Elsa Vivant.

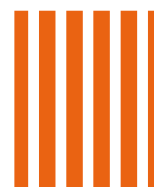
ABSTRACT: The present study aims to investigate the concept of creative city from the author Elsa Vivant. It is understood, therefore, that the present research contributes to the acquisition of knowledge about the relevance of studying and understanding what a creative city is, how it can be built and what is the role of the creative class and the creative industries in this context. In the data collection stage, we opted for a field survey with semi-structured interviews, in line with the theoretical precepts of Bardin (2016). For the selection of interviewees, we sought individuals who are studying or have already attended the Professional Master's Degree in Creative Industry at Feevale University and are aligned with the concepts of a creative city. At the end of the study, it

¹ Mestranda em Indústria Criativa pela Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: paulalisot@feevale.br

² Doutor em Diversidade Cultural. Professor no Programa de Pós-Graduação em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: mauricio@feevale.br

³ Doutora em Comunicação Social. Professora no Programa de Pós-Graduação em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: marysga@feevale.br

⁴ Doutora em Comunicação e Informação. Professora no Programa de Pós-Graduação em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: vanessavaliati@feevale.br



is understood that creative cities depend on the creative class that, through local culture, promote the development and revitalization of previously forgotten places. The emergence of unplanned places during this process proves to be beneficial and the gentrification process can be minimized if there is an adequate communication channel between the population and city managers.

KEYWORDS: Creative Cities. Creativity. Elsa Vivant.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em seu livro intitulado “O que é uma cidade criativa?”, a autora Elsa Vivant apresenta, através de diversos tópicos, o conceito de uma cidade criativa e, também, as suas principais características e os principais agentes envolvidos nesse processo. Ressalta-se que o tema das cidades criativas vem, aos poucos, ganhando “corpo”, especialmente através de pesquisadores como Florida (2011, 2017), Landry (2013), Reis (2013), Ashton (2018) e Barth e Pinheiro (2016); porém, o presente estudo tem como objetivo investigar, essencialmente, o conceito de cidade criativa a partir da autora Elsa Vivant (2012). Infere-se que a presente pesquisa busca contribuir para agregar conhecimentos sobre a relevância de se estudar e compreender melhor o que é uma cidade criativa, como ela pode ser construída e qual o papel da classe criativa e das indústrias criativas dentro dela.

Para investigar o conceito de cidades criativas a partir de Elsa Vivant, o presente artigo possui em sua estrutura seis seções. Inicialmente, buscou-se referencial teórico no livro “O que é uma cidade criativa?”. A metodologia utilizada para realizar o presente estudo é descrita na terceira seção, caracterizada como de natureza aplicada, onde objetivo de estudo é descritivo e o método utilizado foi levantamento de campo com abordagem qualitativa. Como instrumentos de coleta de dados foram utilizadas entrevistas abertas. A análise e discussão dos resultados é descrita na quarta seção, onde procura-se fazer uma reflexão sobre os dados encontrados através das entrevistas e da pesquisa bibliográfica, utilizando-se como referência o embasamento teórico. Nas considerações finais pondera-se sobre as informações contextualizadas e analisadas no presente artigo. Desta forma, reflete-se acerca dos dados encontrados, demonstrando o panorama completo da pesquisa e identificando possíveis lacunas a serem preenchidas.

2 CIDADE CRIATIVA PARA ELSA VIVANT

O livro da urbanista e socióloga Elsa Vivant aponta que as cidades pioneiras em criatividade foram aquelas que sofreram durante a crise industrial e tiveram que readaptar-se devido ao novo cenário que se apresentava. A classe criativa passou a estar diretamente ligada ao desenvolvimento econômico das cidades, e foi então que elas começaram a investir na melhoria da estrutura da qualidade de vida, com o objetivo de atrair grandes empresas. Essa estrutura foi pensada e manifestada através de iniciativas como a construção de espaços verdes, revitalização de espaços públicos e a promoção da vida cultural para a população. A partir de então, a efervescência criativa passou a fazer parte do centro da cidade e de seu desenvolvimento econômico (VIVANT, 2012).

A classe criativa é descrita na obra como profissionais que resolvem problemas complexos e inventam soluções novas. Ela é dividida em dois grupos, onde o primeiro é composto por profissionais envolvidos no processo de criação (cientistas, pesquisadores, engenheiros, artistas, arquitetos) e o segundo é composto por profissionais que prestam serviços para a classe criativa (técnicos, maquiadores, advogados) (VIVANT, 2012).

Ademais, para reconhecer uma cidade criativa, a autora aponta que o economista Richard Florida propôs três indicadores que revelam a qualidade de uma cidade criativa. O primeiro indicador é denominado de talento, que se refere ao número de pessoas com ensino superior e mestrado completos que há naquela cidade. O segundo indicador é a tecnologia, que diz respeito ao número de pessoas com diplomas técnicos. E o terceiro indicador é a tolerância, subdividido em três índices: diversidade, o peso da comunidade homossexual e boêmia artística. Ele é caracterizado pela pluralidade de pessoas e culturas em uma cidade (VIVANT, 2012).

Atualmente, muitos bairros e locais esquecidos e desvalorizados de uma cidade foram revitalizados por artistas alternativos de áreas como hip-hop, circo contemporâneo, teatro de rua, música eletrônica, raves, rock alternativo, grafite etc. Muitas vezes, esses artistas laboram em condições de trabalho e vida precárias, porém, por meio da arte e da cultura, ocupam lugares e acabam revitalizando-os por meio de seus trabalhos (VIVANT, 2012).

Portanto, percebe-se que os artistas melhoram e embelezam a paisagem urbana, sendo considerados, muitas vezes, como os primeiros mediadores da promoção da cultura de seu bairro. A apropriação desses espaços antes desvalorizados redesenha a paisagem social do bairro e lhe confere um caráter mais boêmio e cosmopolita do que popular, e, pouco a pouco, há uma

recolocação da população dentro desses locais, em um movimento chamado de gentrificação. Esse movimento, porém, pode tirar a identidade daquele local, uma vez que outras classes sociais passam a ter interferência e a fazer suas exigências, podendo limitar ou prejudicar todo aquele ecossistema (VIVANT, 2012).

Esse ecossistema é criado baseado em uma rede onde a economia criativa tende a se territorializar, elegendo espaços convenientes nas metrópoles próximo aos seus prestadores de serviço. As metrópoles oferecem o conjunto de recursos e serviços necessários à produção e o bairro funciona como o “coração” da organização das atividades criativas, com os artistas como principais atores. Já os outros membros da cadeia profissional atraem novos moradores criativos, desencadeando um processo de concentração que fluidifica o ecossistema. A importância do território se dá no momento que há toda a cadeia do ecossistema ali dentro, trabalhando em uníssono (VIVANT, 2012).

Para projetar cidades para pessoas criativas, precisa-se valorizar a cultura local, melhorar o ambiente da cidade, atrair empresas de alto valor agregado, criar novos equipamentos culturais, instrumentalizar a cultura para que ela se torne uma política urbana e, também, renovar as propostas culturais e artísticas através de propostas off, consideradas como aquelas que valorizam a cultura local, possuem diferencial e valorizam os pequenos artistas (VIVANT, 2012).

Desta forma, uma cidade criativa valoriza os bairros por meio dos artistas em um movimento social, promovendo a revitalização de ambientes degradados. Ela também fomenta a sua economia por meio da valorização da cultura, atraindo empresas de alto valor, tendo os artistas como pilar essencial. E, há a liberdade para o surgimento de locais não planejados por meio de propostas off, para a criatividade se expressar e fluir naturalmente dentro desse ambiente (VIVANT, 2012).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar o objetivo do estudo, optou-se por realizar uma pesquisa aplicada, para evidenciar aspectos de combinação do mundo da moda com o universo digital, ou seja, que “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.51). O objetivo de estudo caracteriza-se como descritivo, definido como “quando o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir

neles” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52). Os autores entendem que para o referido tipo de pesquisa a abordagem mais apropriada é a qualitativa.

Como técnicas de coleta de dados empíricos optou-se pelo levantamento de campo com realização de entrevistas semiestruturadas, em alinhamento com os preceitos teóricos de Bardin (2016). Para a seleção dos entrevistados, buscou-se indivíduos que cursam ou já cursaram o Mestrado Profissional em Indústria Criativa na Universidade Feevale e estão alinhados com os conceitos de cidade criativa. Desta forma, realizou-se o convite para essas pessoas através de um grupo de Whatsapp do curso e, assim que 3 indivíduos aceitaram participar da pesquisa, os restantes foram revogados, uma vez que, como Eisenhardt (1989) observa, haveria um risco de saturação nas respostas, pois os entrevistados adicionais poderiam não contribuir com algo novo ou relevante para a pesquisa.

As perguntas foram enviadas por e-mail para os indivíduos no dia 09 de janeiro de 2023. Desta forma, elencou-se 5 questões para construir o roteiro de entrevista com respaldo no embasamento teórico previamente realizado, que podem ser observadas no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1: Questões realizadas na entrevista

Pergunta	Perspectiva Teórica
Na sua opinião, qual o papel da classe criativa para o desenvolvimento das cidades?	A classe criativa passou a estar diretamente ligada com o desenvolvimento econômico das cidades, e foi então que elas começaram a investir na melhoria da estrutura da qualidade de vida, com o objetivo de atrair grandes empresas.
Como você observa que os artistas fazem a mediação entre a cidade e sua cultura local? Poderia citar um exemplo na sua cidade (ou o nome direto da cidade)?	Portanto, percebe-se que os artistas melhoram e embelezam a paisagem urbana, sendo considerados muitas vezes como os primeiros mediadores da promoção da cultura de seu bairro.
Na sua opinião, o processo de gentrificação pode ser minimizado em um projeto de cidade criativa?	A apropriação desses espaços antes desvalorizados redesenha a paisagem social do bairro e lhe confere um caráter mais boêmio e cosmopolita do que popular, e pouco a pouco há uma recolocação da população dentro desses locais, em um movimento chamado de gentrificação.
Qual o papel da cultura local dentro de uma cidade criativa?	Para projetar cidades para pessoas criativas, precisa-se valorizar a cultura local
Na sua opinião, o surgimento de locais não planejados, através da classe criativa, demonstra-se como benéfico dentro da cidade criativa?	E, há a liberdade para o surgimento de locais não planejados por meio de propostas off, para a criatividade se expressar e fluir naturalmente dentro desse ambiente

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

No que tange a análise e discussão dos resultados, inicialmente as respostas foram passadas para um arquivo de Word, com separação entre as perguntas e os entrevistados. Após, realizou-se uma leitura das respostas obtidas, analisando-as através dos conceitos teóricos presentes neste artigo.

Portanto, Bardin (2016) observa que a análise de conteúdo de uma entrevista é uma etapa muito importante, pois exige que o pesquisador sintetize os dados verbais presentes na amostra das pessoas interrogadas e extraia os dados necessários para sua investigação. Desta forma, a autora propõe uma análise baseada em três fases, onde a primeira, denominada de pré-análise, caracteriza-se pela organização, através da definição objetiva dos procedimentos a serem realizados. A segunda etapa trata-se da exploração do material selecionado na etapa anterior, onde o pesquisador não faz distorções do conteúdo. O tratamento dos resultados obtidos é a última etapa da análise, onde o pesquisador realiza a interpretação e busca gerar conhecimento a partir do material coletado. Esta metodologia de análise foi usada no presente trabalho e está descrita na seção a seguir.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Vivant (2012) observa que a classe criativa passou a estar diretamente ligada ao desenvolvimento econômico das cidades, e foi então que elas começaram a investir na melhoria da estrutura da qualidade de vida, com o objetivo de atrair grandes empresas. Desta forma, na primeira questão, buscou-se compreender como os entrevistados enxergam o papel da classe criativa para o desenvolvimento das cidades.

O primeiro entrevistado, C, relatou que, em sua visão, o papel da classe criativa para o desenvolvimento das cidades “é de produzir cultura e de produzir bens culturais e de consumo”. Ele comenta que é de suma importância a realização de uma articulação dos atores criativos para a sua representação dentro da cidade e ressalta que esses atores são compostos por três esferas: a classe criativa, o governo e as instituições de educação. A segunda entrevistada, J, aponta que uma vez que a classe criativa possui facilidade para superar obstáculos, reinventar espaços e situações, adaptar-se com materiais e recursos disponíveis, o seu papel dentro das cidades criativas torna-se extremamente necessário.

A terceira entrevistada, F, aponta que “[...] a classe criativa pode atuar como um motor, que impulsiona a geração de desenvolvimento urbano por meio de ações culturais e de inovação”. Ela

ainda comenta que a classe criativa possui um olhar diferenciado, que pode ser utilizado para analisar problemas sociais na cidade, propondo soluções sob novas perspectivas.

Percebe-se que, assim como Vivant (2012) aponta, os entrevistados enxergam que a classe criativa possui um papel importante dentro das cidades criativas. Esse papel muitas vezes está relacionado ao desenvolvimento econômico das cidades, através da produção de bens de consumo, como, também, podem trabalhar para a melhoria do espaço urbano e para solucionar problemas sociais da cidade.

Vivant (2012) observa que os artistas melhoram e embelezam a paisagem urbana, sendo considerados muitas vezes como os primeiros mediadores da promoção da cultura de seu bairro. Portanto, na segunda questão, buscou-se compreender como os entrevistados observam que os artistas fazem a mediação entre a cidade e sua cultura local.

O primeiro entrevistado, C, comenta que, em sua visão, “a mediação dele é, em termos de um artista local, de contar a história daquela cidade ou de cantar a história das pessoas daquela cidade”. Ele ressalta que essa mediação deve ser uma representação da cidade através de sua arte, e que é de suma importância que os cidadãos compreendam essa arte atua como parte da cidade. O entrevistado C ainda traz como exemplo a Fundação Scheffel da cidade de Novo Hamburgo/RS, que se trata de um espaço local que “está dentro do âmago da circulação de arte da cidade”.

A segunda entrevistada, J, observa que “essa mediação ocorre a partir do momento em que é dado espaço e voz ao artista/agente cultural”. Ela comenta que o artista utiliza a sua arte como forma de comunicar a cultura local, ao mesmo tempo em que se promove como artista. Em sua cidade, Gramado/RS, ela pontua que “essa mediação ocorre de inúmeras formas: através dos espaços de artesanato e artes visuais construídos pelo poder público e administrados por associações de artistas locais; através da contratação de agentes artísticos dos variados segmentos nos inúmeros eventos da cidade; através da contratação destes agentes para pensar os eventos da cidade, bem como ações pedagógicas a serem levadas ao contexto escolar para que se mantenha ativa a tradição cultural”.

O entrevistado F aponta que sua cidade natal é Sarandi/RS, e que lá há fortes traços da cultura italiana. Ela comenta que isso pode ser percebido através de “mulheres que criam artesanatos e vendem em pequenas feiras” e, também, pela culinária, que é bem característica da Itália.

Observa-se que os artistas fazem a mediação entre a cidade e sua cultura local através da materialização de sua arte. Seja com música, pinturas, artesanato, gastronomia e etc, a cultura local de uma cidade pode ser representada através de produtos criativos que expressam a sua história. Percebe-se que há exemplos em três cidades de iniciativas distintas, porém, que representam a memória daquele local.

Vivant (2012) infere que a apropriação dos espaços antes desvalorizados redesenha a paisagem social do bairro e lhe confere um caráter mais boêmio e cosmopolita do que popular, e, pouco a pouco, há uma recolocação da população dentro desses locais, em um movimento chamado de gentrificação. Desta forma, buscou-se compreender se os entrevistados enxergam que o processo de gentrificação pode ser minimizado em um projeto de cidade criativa.

C relatou que sim, ele pode ser minimizado, porém, ele “é um processo natural e que nos últimos anos a gente acaba por demonizar ele, em função das diferenças socioeconômicas que ele vai causar naquela população local daquela região”. Para ele, o importante seria pensar em uma estratégia governamental onde aquela população permaneça no local ou possa usufruir do que foi transformado. J observa que, em sua visão, sim, o processo de gentrificação pode ser minimizado, principalmente “se o processo de ocupação de um espaço ou território ocorrer de forma construtiva e conjunta entre os agentes locais e os responsáveis pela gestão do mesmo”. Ela comenta que a construção coletiva desses locais, as questões a serem contempladas aumentam e o processo não se torna unilateral.

F aponta que para que ocorra a minimização do processo de gentrificação, é necessária a “colaboração entre as partes envolvidas, como o poder público, empresários e comunidade local”. Ela observa que um processo de comunicação bem estruturado em uma cidade ou espaços criativos pode garantir com que as necessidades sejam atendidas e as tradições locais sejam mantidas, valorizando “[...] as regiões e pessoas que ali já estavam, antes do desenvolvimento e prosperidade trazidas pela revitalização dos espaços, ou seja, evitando as partes negativas trazidas pela gentrificação”.

Desta forma, percebe-se que há uma unanimidade nas respostas dos entrevistados, uma vez que todos apontaram que o processo de gentrificação pode ser minimizado. Observa-se que é importante a articulação entre todos os agentes envolvidos para gerar um processo de comunicação que seja efetivo e possibilite trocas entre a população e os responsáveis pela gestão, buscando minimizar os impactos e, também, fazendo com que as tradições daquele local sejam mantidas.

Vivant (2012) comenta que, para projetar cidades para pessoas criativas, é preciso valorizar a cultura local. Desta forma, na quarta questão buscou-se compreender qual o papel da cultura local dentro de uma cidade criativa para os entrevistados. Percebe-se que há uma unanimidade nas respostas dos entrevistados, uma vez que todos apontaram que enxergam a cultura local como primordial para a cidade criativa.

O primeiro entrevistado, C, aponta que a cultura local é de suma importância, porém, ressalta que isso ocorre quando a “cultura local consegue ter um estabelecimento de força em relação à cultura que ela é importada”. Para ele, é necessário que as duas convivam de forma harmoniosa dentro das cidades.

J ressalta que a cultura possibilita a atração de público para a cidade, uma vez que as ações criativas e culturais instigam as pessoas para conhecerem aquele local. Porém, ela ressalta que essas atrações devem estar alinhadas com a cultura local, de forma com que contem a história daquela cidade. F entende a cultura local como papel central dentro de uma cidade criativa. Para ela, “a cultura é a identidade do local, se ele foi revitalizado é porque ali já existiu muita história e a história precisa sempre ser levada em consideração”.

Percebe-se que, assim como Vivant (2012) aponta, os entrevistados enxergam que a cultura local dentro de uma cidade criativa possui um papel de extrema importância. Desta forma, há a necessidade da cultura local coexistir com outras culturas de forma harmônica e, também, de as atividades e atrações que são realizadas e oferecidas na cidade carregarem em seu DNA essa cultura.

Vivant (2012) observa que em uma cidade criativa, há liberdade para o surgimento de locais não planejados por meio de propostas off, para a criatividade se expressar e fluir naturalmente dentro desse ambiente. Desta forma, na quinta questão buscou-se compreender se os entrevistados consideram o surgimento de locais não planejados, através da classe criativa, como benéfico dentro da cidade criativa.

Para C, esse surgimento orgânico “é a melhor coisa que existe para uma cidade”. Porém, torna-se necessário que a cidade identifique essas iniciativas e impulsione-as, para o local não se transformar em apenas um “gueto”. J comenta que “o fato de emergirem espaços criativos, advindos de um grupo de artistas, o torna extremamente significativo”; porém, precisa-se observar se não há conflito dos gestores da cidade com este local ou a forma com que ele representa a identidade cultural da cidade.

F aponta que enxerga o surgimento desses locais como benéficos para a cidade criativa, uma vez que “fazem parte da cultura e identidade dos espaços criativos”. Ela entende esses locais como uma manifestação natural da criatividade, porém, ressalta que é necessário “um alinhamento por meio de comunicações estruturadas que gerem engajamento nos stakeholders envolvidos”.

Percebe-se que os entrevistados enxergam o surgimento de locais não planejados dentro de uma cidade criativa como benéficos, assim como também aponta Vivant (2012). Observa-se, também, que é de suma importância que esses locais surjam de forma orgânica, onde os artistas possam manifestar de forma natural a sua criatividade. Ademais, infere-se que o impulsionamento dessas iniciativas por parte da gestão da cidade torna-se primordial para que ele seja mantido e, também, tenha impacto dentro da cidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As informações advindas do presente estudo acerca das cidades criativas demonstram que elas surgiram como uma forma de readaptação da crise industrial. A partir de então, a classe criativa passou a ser vista como motor que poderia fomentar esses locais, tanto de forma econômica quanto com o objetivo de redesenhar a paisagem urbana.

Percebe-se que a classe criativa possui um papel muito importante dentro das cidades criativas, podendo estar relacionada tanto com o desenvolvimento econômico quanto social dessa cidade. Os artistas fazem a mediação entre a cidade e sua cultura local através da materialização de sua arte. Esses produtos carregam consigo o DNA da cultura de forma a difundir e, também, impulsionar a cultura que há naquela cidade. Ademais, a cultura local desempenha papel primordial dentro de uma cidade criativa.

Observa-se, também, que a gentrificação pode ser minimizada dentro de uma cidade criativa, porém, é de suma importância que ocorra um processo de comunicação efetivo entre a população e os responsáveis pela gestão daquele local. Nesse sentido, o surgimento de locais não planejados dentro de uma cidade criativa demonstra-se benéfico, porém, esse processo deve ocorrer de forma orgânica e, também, ser impulsionado pelos gestores da cidade.

Desta forma, infere-se que o objetivo do presente estudo foi atingido, uma vez que foi possível investigar o conceito de cidade criativa a partir da autora Elsa Vivant. Observa-se que foi

de suma importância a realização de entrevistas com indivíduos que já estivessem familiarizados com o conceito de cidade criativa.

Conclui-se que as cidades criativas dependem da classe criativa que, através da cultura local, promovem o desenvolvimento e a revitalização de locais antes esquecidos. O surgimento de locais não planejados durante esse processo demonstra-se como benéfico e o processo de gentrificação pode ser minimizado se houver um bom canal de comunicação entre a população e os gestores da cidade.

REFERÊNCIAS

ASHTON, M. S. G. (org.). **Cidades criativas: vocação e desenvolvimento**. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições, 2016.

BARTH, M.; PINHEIRO, C. M. P. Eureka!: Um estudo sobre a vida dos profissionais da indústria criativa de Novo Hamburgo/RS. **Holos**, [S. l.], v. 4, p. 352–368, 2016. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/2627>. Acesso em: 8 jul. 2023.

EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case-Study Research. **Academy of Management Review**, v.14, n.4, Oct, p.532-550, 1989.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

FLORIDA, R. **The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class - and what we can do about it**. New York: Basic Books, 2017.

LANDRY, C. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo, SP: SESI-SP, 2013.

PRODANOV, C.; FREITAS, E. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

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

VIVANT, E. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo, SP: SENAC, 2012.