



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS**

**VALDEMICE COSTA DE SOUSA**

**FORTALEZA CIDADE DO DESIGN DA UNESCO: AVALIAÇÃO DE UMA POLÍTICA  
CULTURAL A PARTIR DA CLASSE CRIATIVA DOS DESIGNERS**

**FORTALEZA**

**2025**

VALDEMICE COSTA DE SOUSA

FORTALEZA CIDADE DO DESIGN DA UNESCO: AVALIAÇÃO DE UMA POLÍTICA  
CULTURAL A PARTIR DA CLASSE CRIATIVA DOS DESIGNERS

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Avaliação de Políticas Públicas da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre (M.Sc.) em Avaliação de Políticas Públicas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Grazielle de Albuquerque Moura

FORTALEZA

2025

VALDEMICE COSTA DE SOUSA

FORTALEZA CIDADE DO DESIGN DA UNESCO: AVALIAÇÃO DE UMA POLÍTICA  
CULTURAL A PARTIR DA CLASSE CRIATIVA DOS DESIGNERS

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Avaliação de Políticas Públicas da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre (M.Sc.) em Avaliação de Políticas Públicas.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Grazielle de Albuquerque Moura  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Thiago Oliveira da Silva Novaes  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Anna Lúcia dos Santos Vieira e Silva  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

“A comunidade é a melhor guardiã de seu patrimônio.”

*Aloísio Magalhães*

“Nasceram e nascem tantas outras comunidades e  
mesmo que queimem a escrita,  
não queimarão a ancestralidade e a oralidade.

O imaginário é o do nosso domínio.

O povo contra o colonialismo não tem destino, tem o imaginário.”

*Nego Bispo*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, o Primeiro Designer, criador de todas as coisas visíveis e invisíveis e solucionador de todos os problemas humanos. Meu porto seguro, nas horas aflitas e tempestuosas durante esta pesquisa.

À Marcia Helena, minha esposa e companheira de todas as horas, pelo apoio incondicional, abnegado e compreensivo no trabalho solitário da escrita.

Aos meus filhos, Priscila Karine, Pedro Tharles e Patrícia Thaís, meus melhores projetos de Design, que tanto me ajudaram em conversas e discussões como meus “coorientadores informais” com vários “insights” sobre a temática.

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Grazielle Albuquerque, hábil capitã, pela excelente condução do processo de orientação, com necessárias e importantes correções de rumo, nesse mar bravio e turbulento da pesquisa acadêmica.

Ao Prof. Dr. João Milton Cunha de Miranda, amigo querido e diretor-executivo do Instituto de Estudos e Pesquisas sobre o Desenvolvimento do Estado do Ceará (Inesp), da Alece, pelo inestimável apoio, incentivo e compreensão pelas ausências necessárias em função desta pesquisa.

Ao Ernandes do Carmo, querido amigo e colega da Inesp Editora, da Alece, pelo apoio, torcida e a importante ajuda nos períodos de ausência de minhas atividades na editora.

À Daniele Nascimento, coordenadora da Biblioteca César Cals de Oliveira, da Alece, pelo apoio operacional, nos tão necessários momentos de silêncio e concentração.

Ao Alberto Gadanha, pelo apoio e compartilhamento de importantes informações sobre a chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco.

Aos amigos Benedita Cipriano, Carmem Ciene e Gustavo Vasconcelos, colegas servidores da Alece, por suas preciosas dicas e contribuições na revisão deste trabalho.

## RESUMO

A presente pesquisa avalia como a chancela de Fortaleza enquanto Cidade Criativa do Design pela Unesco contribui para o desenvolvimento local, com ênfase na participação dos designers nas ações dessa política pública. A pesquisa insere-se no campo da avaliação de políticas públicas e utiliza a perspectiva teórico-metodológica da avaliação em profundidade, que aborda quatro dimensões: análise de conteúdo, análise de contexto, trajetória institucional da política e espectro temporal e territorial. O objetivo central deste trabalho é avaliar as ações decorrentes da chancela de Fortaleza sob o ponto de vista da classe criativa dos designers locais. Pretendeu-se, também, investigar se esses profissionais participaram de forma efetiva nas iniciativas dessa política e se elas promoveram seu protagonismo no mercado de trabalho, tanto no setor público quanto no privado. O estudo também observa o conceito de cidades criativas, as práticas inclusivas e a participação social dos designers, além da conexão com a economia criativa no contexto das cidades criativas do Design da Unesco. O percurso metodológico investigativo adota o levantamento bibliográfico dos documentos existentes relacionados à concessão e manutenção da chancela, de modo a subsidiar as dimensões analíticas da avaliação em profundidade. A análise documental e das entrevistas semiestruturadas com os atores que têm ou tiveram alguma participação, direta ou indireta, nas ações da chancela revelou que essa política alcançou, de forma apenas parcial, os seus resultados originalmente pretendidos, e com impactos relativamente significativos somente a partir de ações oriundas de projetos/iniciativas pontuais, no contexto da chancela, sobretudo para a classe criativa dos profissionais designers radicados em Fortaleza-CE e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da cidade.

**Palavras-chave:** cidade criativa; design; Unesco; Fortaleza; avaliação de políticas públicas.

## ABSTRACT

This research assesses how the UNESCO Creative City of Design designation of Fortaleza contributes to the local development, with an emphasis on the participation of designers in the actions of this public policy. The research is part of the field of public policy evaluation and uses the theoretical-methodological perspective of in-depth evaluation, which addresses four dimensions: content analysis, context analysis, institutional trajectory of the policy, and temporal and territorial spectrum. The main objective of this work is to evaluate the actions resulting from the designation of Fortaleza from the point of view of the creative class of local designers. It also intended to investigate whether these professionals participated effectively in the initiatives of this policy and whether they promoted their protagonism in the labor market, both in the public and private sectors. The study also examines the concept of creative cities, inclusive practices and the social participation of designers, as well as the connection with the creative economy in the context of UNESCO's Creative Cities of Design. The methodological approach of the investigation adopts a bibliographic survey of existing documents related to the granting and maintenance of the seal, in order to support the analytical dimensions of the in-depth evaluation. The analysis of documents and semi-structured interviews with stakeholders who have or have had some direct or indirect participation in the actions of the seal revealed that this policy only partially achieved its originally intended results, and with relatively significant impacts only from actions arising from specific projects/initiatives, in the context of the seal, especially for the creative class of professional designers based in Fortaleza-CE and, consequently, for the development of the city.

**Keywords:** creative cities; design; UNESCO; Fortaleza; evaluation of public policies.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU).....	27
Figura 2 - Cidades criativas do Design da Unesco na América Latina e Caribe. ....	29
Figura 3 - Especificidades das Cidades Criativas do Design brasileiras.....	31
Figura 4 - Localização do Distrito Criativo de Fortaleza .....	32
Figura 5 - Iniciativas / Projetos estratégicos para o alcance dos objetivos da rede. ....	34
Figura 6 - Características de uma cidade criativa .....	41
Figura 7 - Eixos analíticos da avaliação em profundidade .....	50
Figura 8 - Tela da ferramenta Atlas.TI (Versão Web) com as entrevistas inseridas .....	63
Figura 9 - Eixos estratégicos do plano Fortaleza 2040.....	67
Figura 10 - Complexo Cultural Estação das Artes.....	71
Figura 11 - KUYA Centro de Design do Ceará .....	71
Figura 12 - Proposta de delimitação do Distrito Criativo de Fortaleza. ....	72
Figura 13 - Distribuição da Rede Cuca em Fortaleza-CE.....	78
Figura 14 - Aula inaugural da 2ª turma da Escola de Jovens Designers. Em 13/03/2022.....	79
Figura 15 - Cards de divulgação das Jornadas Mundiais do Design em Fortaleza. ....	82
Figura 16 - Participação de Fortaleza em Covilhã (Portugal). Setembro de 2022. ....	85
Figura 17 - Participação de Fortaleza na Barcelona Design Week. Outubro de 2023. ....	86
Figura 18 - Exposição de Cartazes de Fortaleza em Asahikawa (Japão). Junho de 2023. ..	87
Figura 19 - Exposição COD – Poster Brasil .....	87
Figura 20 - Card de divulgação do Lançamento do Atlas do Capital Humano.....	89

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Municípios brasileiros com a chancela de Cidade Criativa da Unesco. ....	28
Quadro 2 – Elementos essenciais para uma cidade criativa inclusiva.....	43
Quadro 3 – Síntese dos eixos sistemáticos da Avaliação em Profundidade.....	51
Quadro 4 – Perfis para a entrevista semiestruturada .....	58
Quadro 5 – Relação das iniciativas do Fortaleza 2040 com a chancela.....	68
Quadro 6 – Iniciativas / projetos estratégicos da candidatura de Fortaleza.....	69
Quadro 7 – Setores da Economia Criativa existentes no Distrito Criativo. ....	74
Quadro 8 – Estrutura das Escolas Criativas da Juventude .....	76
Quadro 9 – Aspectos envolvidos e a respectiva ausência de indicadores mensuráveis.....	80
Quadro 10 – Edições da Jornada Mundial de Design, ocorridas em Fortaleza. ....	82
Quadro 11 – Resumo das ações previstas e realizadas do Programa .....	84
Quadro 12 - Eixos de Atuação do Observatório do Design .....	88
Quadro 13 – Competências do Comitê Gestor para as Ações da Chancela .....	92
Quadro 14 – Códigos encontrados relacionados à participação inclusiva dos designers ...	116

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACDesign	Associação Ceará Design
CNRC	Centro Nacional de Referência Cultural
CIEC	Centro Internacional da Economia Criativa
Enade	Exame Nacional de Desempenho de Estudantes
IC Fortaleza	Instituto de Cultura, Arte, Ciência e Esporte
Iplan	Instituto de Planejamento de Fortaleza
IPPUC	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
PBD	Programa Brasileiro de Design
PCD	Programa Ceará Design
RCCU	Rede de Cidades Criativas da UNESCO
SEACCN	Rede de Cidades Criativas do Sudeste Asiático
SEC	Secretaria da Economia Criativa
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFC	Universidade Federal do Ceará
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
1.1	Objetivos	16
<b>2</b>	<b>A FORMAÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL</b>	<b>19</b>
2.1	Base histórica no contexto nacional brasileiro	19
2.2	O fomento ao empreendedorismo criativo na Região Nordeste	21
<b>3</b>	<b>A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO</b>	<b>26</b>
3.1	As Cidades Criativas da Unesco no campo do Design no Brasil	29
3.2	Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco	31
<b>4</b>	<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b>	<b>36</b>
4.1	Criatividade e Transformação no Contexto das Cidades	36
4.2	Cidades Criativas: conceitos e discussões	38
4.3	Práticas inclusivas em cidades criativas	41
4.4	Participação social e inclusiva dos designers no contexto das cidades criativas: oportunidades e desafios	44
<b>5</b>	<b>AVALIAÇÃO EM PROFUNDIDADE: UMA PERSPECTIVA TEÓRICO-METODOLÓGICA</b>	<b>48</b>
5.1	O fenômeno analítico-científico em políticas públicas	48
5.2	A Avaliação em Profundidade e seus eixos analíticos	49
<b>6</b>	<b>O PERCURSO METODOLÓGICO</b>	<b>55</b>
6.1	A natureza do estudo	55
6.2	Os instrumentos de coleta de evidências	56
6.3	Aplicação e tratamento das entrevistas	59
6.4	Os procedimentos de análise	61
6.5	Codificação e categorização	62
6.6	O ferramental aplicado	62
<b>7</b>	<b>ANÁLISE DOCUMENTAL DA POLÍTICA CULTURAL FORTALEZA CIDADE CRIATIVA DO DESIGN DA UNESCO</b>	<b>64</b>
7.1	Contextualização do processo de construção e obtenção da candidatura	64
7.2	O contexto de Fortaleza Cidade Criativa do Design no planejamento urbano de longo prazo: Plano Fortaleza 2040	66
7.3	Principais projetos e iniciativas da chancela: ações e resultados	69
7.4	Governança e gestão da chancela	90
7.4.1	<i>O Comitê Gestor</i>	90
7.4.2	<i>O ponto focal (“focus point”)</i>	93
<b>8</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>94</b>
8.1	Categoria 1 – Compreensão sobre cidades criativas	95

<b>8.1.1 Conceito de Cidade Criativa .....</b>	<b>95</b>
<b>8.1.2 Práticas inclusivas em cidades criativas.....</b>	<b>99</b>
<b>8.1.3 A formação de um campo sobre cidades criativas: reflexões.....</b>	<b>101</b>
<b>8.2 Categoria 2 – Ações da chancela .....</b>	<b>103</b>
<b>8.2.1 KUYA Centro de Design do Ceará .....</b>	<b>103</b>
<b>8.2.2 Distrito Criativo de Fortaleza .....</b>	<b>105</b>
<b>8.2.3 Escolas Criativas da Juventude</b>	
<b>(Laboratório de Inovação Cultural).....</b>	<b>108</b>
<b>8.2.4 Jornada Mundial do Design</b>	
<b>(Jornadas Ibero-americanas de Design Transversal) .....</b>	<b>111</b>
<b>8.2.5 Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza</b>	
<b>(Programa de Cooperação e Intercâmbio) .....</b>	<b>112</b>
<b>8.2.6 Observatório do Design .....</b>	<b>114</b>
<b>8.3 Categoria 3 – Participação inclusiva dos designers .....</b>	<b>116</b>
<b>8.3.1 Relacionamento com a chancela.....</b>	<b>117</b>
<b>8.3.2 Valorização e reconhecimento profissional.....</b>	<b>119</b>
<b>8.3.3 Engajamento sociopolítico e associativo .....</b>	<b>123</b>
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>125</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>127</b>
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO GERAL PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.....</b>	<b>134</b>
<b>APÊNDICE B – ROTEIRO ADAPTADO PARA ENTREVISTA DO PONTO FOCAL</b>	
<b>DA UNESCO .....</b>	<b>136</b>
<b>ANEXO A – DECRETO Nº 15.162, DE 28 DE OUTUBRO DE 2021.....</b>	<b>138</b>
<b>ANEXO B – PORTARIA Nº 007/2021/GABVICE, DE 21 DE DEZEMBRO DE 2021.....</b>	<b>141</b>

## 1. INTRODUÇÃO

É fato que as cidades são conglomerados espaciais da vivência e da experiência humana em coletividade (Muzzio, 2021). Esses aglomerados são espaços concentrados de convivência social que, por terem grande adensamento populacional, diferentemente das áreas rurais, possuem acesso mais facilitado a produtos e serviços, além de melhores condições de educação, saúde, lazer e desenvolvimento social. Entretanto, os moradores das cidades estão mais propícios a fatores negativos relacionados aos contextos urbanos, a exemplo de condições ambientais, como a poluição atmosférica, e sociais, no caso da violência, muito embora em níveis diferentes entre as classes sociais (Muzzio, 2021), reflexo do processo de desigualdade histórico e cultural das urbes modernas.

O desafio, nesse caso, é proporcionar um ambiente adequado, mais igualitário e inclusivo para o desenvolvimento socioeconômico dessas cidades no sentido de oferecer serviços e situações que permitam o acesso de qualidade aos seus habitantes em áreas como transporte, saúde, segurança, habitação, cultura, lazer, entre outras. Em sendo assim, governos e entidades da sociedade civil organizada acabam por adotar estratégias para esse enfrentamento. Uma delas utiliza a criatividade como mote norteador no sentido de alavancar o desenvolvimento desses aglomerados urbanos. É nesse contexto que algumas gestões adotam a perspectiva da cidade criativa<sup>1</sup> (Muzzio, 2021), o que também orienta as ações da economia criativa local.

A economia criativa, embora possua um conceito geral difuso e ainda em construção (Menezes, 2016), na concepção de Reis (2008) e Deheinzelin (2020), é definida pela geração de valor econômico a partir da criatividade e da cultura, enfatizando a integração entre cultura, inovação e tecnologia para a produção de bens e serviços. Reis (2008) destaca a importância de setores como artes, design e mídia, que transformam capital intelectual em produtos de valor simbólico e econômico. Deheinzelin (2020) acrescenta a relevância da sustentabilidade e da inovação social como componentes centrais, considerando que a economia criativa pode promover

---

1 O conceito de cidades criativas cunhado por Charles Landry (2008) refere-se a um modelo urbano que utiliza a criatividade como um motor para o desenvolvimento econômico, social e cultural. As cidades criativas são vistas como uma resposta a desafios urbanos contemporâneos, como a globalização, a urbanização rápida e a necessidade de sustentabilidade. Elas oferecem um espaço onde a criatividade pode florescer, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e a coesão social.

inclusão social e desenvolvimento sustentável, além de preservar patrimônios culturais e valorizar a diversidade cultural das cidades.

O campo do Design tem sido cada vez mais reconhecido como importante para o desenvolvimento socioeconômico no Brasil. Ainda que, em território brasileiro, sua origem remonte ao início do século XX (Cardoso, 2008), seu reconhecimento como atividade criativa estratégica para a economia nacional formalmente ocorre a partir do advento do Programa Brasileiro de Design (PBD)<sup>2</sup>, que teve a intenção de divulgar, internacionalmente, a chamada “marca Brasil” dos produtos nacionais industrializados (Brasil, 2016).

Oriundo da Revolução Industrial, no século XIX, o design esteve, por muito tempo, associado à produção seriada de produtos e serviços com maior valor agregado e elevado valor financeiro. Tal associação contribuiu para a ideia de que era uma atividade elitista e, portanto, inacessível à maior parte da população. Contudo, essa percepção não reflete a realidade contemporânea. Atualmente, o Design é reconhecido como um campo criativo crucial para a economia da cultura nas cidades (Batista, 2010), atuando em políticas de valorização das identidades culturais, inclusão social e promoção da inovação e da sustentabilidade ambiental. Essa transformação é fundamental para a compreensão dessa atividade criativa como um agente de impacto social e cultural na contribuição para o desenvolvimento sustentável (Manzini, 2015).

No Nordeste brasileiro, em especial, no Ceará, o campo do Design tem se consolidado de forma relativamente recente. Até meados dos anos 2000, o mercado de trabalho cearense era majoritariamente composto por profissionais liberais e pequenos escritórios, geralmente ligados às áreas de arquitetura, publicidade e propaganda e marketing. Esse cenário começou a mudar com a crescente inserção desse campo como área relevante na economia do estado, impulsionado por iniciativas nacionais, como o Programa Brasileiro de Design (PBD), e locais, como o Programa Ceará Design (PCD)<sup>3</sup>, voltados para o fortalecimento do setor criativo.

---

2 O Programa Brasileiro do Design (PBD), criado em 1995 pelo Decreto de 09 de novembro de 1995, destina-se a promover o desenvolvimento do design no Brasil, em virtude da forte identidade criativa do país, apto a desenvolver a marca Brasil no competitivo mercado internacional (Brasil, 2016).

3 O Programa Ceará Design (PCD) foi uma iniciativa do Sebrae/CE realizada entre 2004 e 2007, juntamente com outras instituições. O programa visava à criação de Centros de Design de Moda, de Artesanato, Embalagem, Gráfico e de Joias (Dossiê da candidatura, 2018), no aperfeiçoamento de produtos e seus processos, com a manutenção e valorização da identidade cultural. A execução desse programa teve como base e inspiração o Programa Brasileiro de Design (PBD), implementado pelo Governo Federal em 1995.

Desse modo, o design desponta no cenário local e regional a partir dessa trajetória mercadológica e pelas ações oriundas de entes públicos, como a Secretaria Estadual de Cultura (Secult), e do setor privado, a exemplo da Fiec e do Sistema S, especialmente, o Sebrae-CE, no aproveitamento do ciclo de desenvolvimento do estado do Ceará iniciado nos anos 1990. O aporte de mão de obra especializada dos profissionais designers oriundos das primeiras iniciativas formativas<sup>4</sup> no estado do Ceará e com atuação, sobretudo, em Fortaleza-CE, dá-se em um contexto econômico já ocupado pelas áreas profissionais citadas anteriormente. Entretanto, com o advento do já citado PCD, a capital e o interior do estado do Ceará passam a incorporar as práticas e metodologias do design nas políticas culturais e, conseqüentemente, com uma maior inserção de trabalhadores e trabalhadoras desse campo criativo nas ações dessas políticas, bem como em um interesse maior, por parte da gestão pública cearense por esse campo.

Localizada no Nordeste brasileiro, Fortaleza, capital do Ceará, foi fundada em 1726 e possuía, em 2022, cerca de 2,42 milhões de habitantes residentes com um PIB per capita de R\$ 27.164,45 (IBGE, 2022). De acordo com o Sebrae/CE (2023), nas últimas décadas, a cidade tem passado por transformações socioeconômicas e culturais importantes. A economia da cultura, por exemplo, é responsável por 0,9% do PIB, com a movimentação de US\$ 135 milhões, advindos da participação de negócios criativos. São cerca de 914 empreendimentos ligados ao setor da economia criativa na cidade – em relação ao Nordeste, cerca de 23% deles são compostos de estabelecimentos do campo do Design (Sebrae/Ce, 2023).

Sob esse aspecto e com a relevância auferida, ao longo do tempo, pelos setores da cultura que integram a economia criativa, sobretudo em países em desenvolvimento, entidades públicas e organizações internacionais passaram a fomentar a integração entre as cidades, com o objetivo de formar redes no sentido de compartilhar experiências em um processo colaborativo e mútuo (Muzzio, 2021). É o

---

4 O primeiro curso para a área específica do Design surgiu em 1996, por iniciativa do Instituto Dragão do Mar, instituição ligada à Secretaria Estadual de Cultura do Ceará (Secult-CE). Era uma formação de caráter técnico, com duração bianual, voltada a uma atuação eminentemente mercadológica, porém com uma estrutura curricular inovadora, modular, ministrada por um seleto grupo de professores brasileiros e também estrangeiros, todos de alto nível, expoentes da área e com destaque nacional e internacional. O objetivo era formar profissionais designers para atuar, seja no mercado local ou no global, mas com a capacidade de resolver problemas complexos, no desenvolvimento de produtos do setor industrial, no gráfico e editorial, na área social, de serviços e de tecnologias e em diversas áreas da economia criativa e da cultura, a exemplo do artesanato e da moda.

caso da Rede de Cidades Criativas da Unesco<sup>5</sup> (RCCU), que tem o propósito de promover a cooperação internacional entre seus membros e onde a criatividade é vista como um elemento fundamental para o desenvolvimento (Unesco, 2020). A RCCU é formada de modo a intercambiar experiências entre as cidades, também no sentido de atingir os princípios dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da agenda 2030<sup>6</sup>, criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) (Ministério do Turismo, 2023). Para fazer parte dessa rede, a cidade precisa identificar o seu potencial criativo mais proeminente e candidatar-se em uma das sete áreas temáticas<sup>7</sup> previstas na RCCU a partir da elaboração de um dossiê contextualizado, com projetos para o seu desenvolvimento local e de integração com a própria rede.

Fortaleza-CE se insere, então, nesse cenário, como uma das cidades criativas do Design reconhecidas pela Unesco, a partir de uma conjunção de forças da esfera pública e da privada, além de setores da sociedade civil organizada, que construíram conjuntamente o seu Dossiê de Candidatura em 2018. Desde o ano de 2019, ela passa a fazer parte da Rede e, juntamente com Brasília-DF e Curitiba-PR, torna-se, então, uma das três cidades criativas do Design no Brasil.

A chancela recebida por Fortaleza visa refletir o seu compromisso com a inovação e a inclusão por meio de projetos estratégicos e políticas públicas decorrentes, previstos no dossiê apresentado em seu processo de candidatura, em que foram consideradas as bases históricas e a economia criativa local no sentido de demonstrar as práticas e experiências da cidade no campo do Design (Menezes, 2023). Entretanto, embora houvesse a intencionalidade em utilizar esse campo criativo como um dos meios para promover o desenvolvimento sustentável da cidade, faz-se necessário avaliar se a sua implementação configura Fortaleza como, de fato, uma cidade que inclui, de forma efetiva, a sua comunidade criativa local como partícipes dessas políticas culturais voltadas para a economia criativa e se estes

---

5 A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) é uma agência especializada das Nações Unidas (ONU) com sede em Paris, fundada em 4 de novembro de 1946, com o objetivo de garantir a paz por meio da cooperação intelectual entre as nações, acompanhando o desenvolvimento mundial e auxiliando os estados-membros – hoje são 193 países – na busca de soluções para os problemas que desafiam nossas sociedades (Ministério da Educação, Brasil, 2023).

6 Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) que trata de um conjunto de 17 objetivos a serem alcançados pelos países sob o aspecto do desenvolvimento socioeconômico e sustentável. No projeto para obtenção da chancela de Cidade Criativa, a candidata deve observar, especialmente, o ODS 11 (cidades e comunidades sustentáveis) (Unesco, 2024).

7 As áreas temáticas da Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU) são: Artesanato e Arte Popular, Artes Midiáticas, Cinema, Design, Gastronomia, Literatura e Música (Unesco, 2024).

percebem sua atividade profissional como elemento transformador da realidade do território urbano, sobretudo na redução das desigualdades sociais.

Diante deste contexto, esta pesquisa examina a chancela de Cidade Criativa de Fortaleza-CE como uma política pública cultural que utiliza o design como estratégia para o desenvolvimento urbano sustentável. Desse modo, parte-se, então, do seguinte questionamento: Como os designers locais percebem sua participação nas ações provenientes da chancela de Fortaleza Cidade do Design da Unesco na cidade? Essa questão investiga as condições de participação da comunidade de profissionais da área do Design após a concessão da chancela, em 2019, e se as ações resultantes dessa política pública promoveram sua inclusão e, conseqüentemente, sua contribuição para o desenvolvimento da cidade. Outro aspecto a ser observado é se as ações da chancela promoveram algum tipo de protagonismo mais relevante no mercado de trabalho local para esses atores, no setor privado e no setor público.

## **1.1 Objetivos**

Este trabalho busca avaliar as ações decorrentes da chancela em Fortaleza, sob o ponto de vista da classe criativa dos designers locais.

Para atingir o objetivo geral desta pesquisa, são considerados os seguintes objetivos específicos:

- Analisar o conceito, as características e as práticas inclusivas que definem uma cidade criativa.
- Identificar as principais ações decorrentes da chancela de Cidade Criativa do Design da Unesco na economia criativa de Fortaleza.
- Avaliar como ocorre a participação inclusiva dos designers nas ações da chancela de Cidade Criativa do Design no contexto de Fortaleza-CE.

O fundamento avaliativo desta pesquisa, de cunho essencialmente qualitativo, tem como base a perspectiva teórico-metodológica da avaliação em profundidade, conforme Rodrigues (2008) e Gussi e Oliveira (2016), a qual prevê quatro dimensões analíticas, preconizadas em um conceito contra-hegemônico em relação à perspectiva positivista até então dominante na seara da produção acadêmica (Cruz, 2019). Essas quatro dimensões são: a) análise de conteúdo, b) análise de contexto, c) trajetória institucional de um programa e d) espectro temporal

e territorial. As dimensões elencadas articulam-se no que Cruz (2019) considera um processo que combina análise e avaliação na perspectiva da avaliação em profundidade, visto que permitem dar conta da historicidade da política (Cruz, 2019).

O presente trabalho visa não só escutar, mas também dar voz aos atores diretamente atingidos pela chancela, os profissionais do campo do design da economia criativa de Fortaleza-Ce. O estudo investiga a participação desses profissionais também enquanto agentes inclusos na formulação dessas políticas na contribuição para um desenvolvimento sustentável de Fortaleza no contexto das cidades criativas preconizado pela Unesco. Busca-se, desse modo, entender como ocorre a inclusão deles não só em sua participação nas ações decorrentes, como também nos processos de decisão e acompanhamento dessa política pública, que é urbana e cultural, para além dos impactos diretos na cidade.

É proposto também perceber como essa possível participação inclusiva pode incentivar a formação de redes de colaboração entre diferentes setores da economia criativa. Em paralelo, busca-se colaborar para o aumento da produção científica sobre o campo do Design no Ceará enquanto área estratégica na gestão e na formulação de políticas públicas culturais e no desenvolvimento da economia criativa. Conforme Gomes (2021), dados e informações relativas a esse campo criativo encontram-se ainda muito fragmentados e, muitas vezes, restritos a agentes internos dos órgãos que organizam e executam as políticas e suas respectivas ações.

É importante demonstrar, sob esse aspecto, a motivação deste pesquisador sobre a temática. Ainda que seja um trabalhador do serviço público estadual cearense, mantém contatos profissionais e institucionais com o intuito de contribuir com o campo do Design local de Fortaleza, seja no âmbito associativista como também na área da pesquisa. Além de fazer parte de uma entidade representativa da classe, a Associação Ceará Design, já participou de grupos de estudos sobre Design e Gestão Pública na KUYA Centro de Design do Ceará. Interessa-se especialmente pela relação da atividade criativa e estratégica do design na gestão pública e pela questão da inclusão, social e profissional, a partir das políticas públicas culturais, razões que impulsionaram e motivaram o pesquisador neste trabalho.

Além da bibliografia referencial sobre a temática, são consideradas outras fontes de aferição, a exemplo do relatório quadrienal, exigido pela Unesco para verificação das ações propostas no dossiê e apresentado àquela instituição em 2022, e de outros documentos técnicos referentes. Na seção seguinte, discute-se como

economia criativa é tratada em seu contexto histórico nacional e na região Nordeste do Brasil, além de aspectos críticos a esse modelo econômico, aliado ao próprio conceito de cidade criativa. Essa seção, de caráter introdutório, é importante para a compreensão da realidade econômica das políticas culturais voltadas no âmbito nacional e regional das cidades criativas, bem como para verificar discussões antagônicas a essa realidade no contexto dos territórios urbanos.

A fundamentação teórica deste estudo está localizada no capítulo 3, cujo *corpus* bibliográfico foi selecionado por meio de um levantamento bibliométrico e documental realizado na busca pelos conceitos fundamentais, evidências e elementos que se relacionam e descrevem, além do conceito de cidades criativas, de que modo ocorre a participação inclusiva de profissionais criativos, na forma de agentes atuantes ou como público-alvo das ações dessas políticas.

A partir dessa fundamentação, os argumentos estudados são utilizados como balizadores para entrevistas semiestruturadas com os atores da comunidade criativa do design local, para a aferição dos conceitos encontrados. Especificamente, o público-alvo desta pesquisa são os profissionais designers radicados na capital cearense e outros atores que, de algum modo, tiveram e/ou têm participação atuante na chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco e que estão, direta ou indiretamente, envolvidos nas ações dessa política.

As entrevistas, como instrumentos de coleta de dados primários, foram realizadas na cidade de Fortaleza-Ce, como recorte territorial, no respeito à homogeneidade e à heterogeneidade em que se considera, por exemplo, a diversidade de gênero, condição profissional e social de modo a captar uma variedade de percepções e impressões relacionadas às variáveis encontradas. Já o recorte temporal se localiza no período compreendido entre 2022 e 2023, a partir da renovação da chancela, por parte da Unesco, em função da aprovação do já referido relatório do primeiro quadriênio de concessão. É claro que, em se tratando da avaliação em profundidade e, especificamente, na análise de contexto e na trajetória institucional da política, também se considera o primeiro período quadrienal de concessão da chancela (2019 a 2022), visto que se torna importante para a compreensão da historicidade das ações realizadas a partir daquele espaço temporal.

## 2. A FORMAÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

### 2.1 Base histórica no contexto nacional brasileiro

Os primeiros indicativos de construção das políticas voltadas à economia da cultura no Brasil e que viriam a se denominar, posteriormente, de economia criativa surgiram nos anos de 1975, a partir do designer pernambucano Alúcio Magalhães (Leitão, 2023). Esse advento surgiu da criação de um grupo de trabalho junto ao Ministério da Indústria e Comércio, em conjunto com o governo do Distrito Federal e apoiado pela Fundação da Universidade de Brasília, que veio se tornar o Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC) (Kaiser, 2021; Leitão, 2023). Esse centro se tornaria um pioneiro das reflexões e ações sobre a economia da cultura e da criatividade (Leitão, 2023). O objetivo era desenvolver produtos com identidade genuinamente brasileira, dada a percepção de Magalhães, que visualizava a perda de identidade nacional e cultural desses produtos e o consequente risco de competitividade internacional por conta dos avanços tecnológicos do norte global (Kaizer, 2021).

A temática da economia criativa, em 2003, de acordo com Miguez (2023), já era adotada por alguns governos, agências e bancos multilaterais em nível internacional, a exemplo do Banco Mundial e da Unesco, além de ser objeto de estudos no ambiente acadêmico. Miguez (2023) ainda cita que o Brasil começou a adotar essa temática a partir da XI Conferência Ministerial da UNCTAD<sup>8</sup>, em que o então ministro da Cultura, Gilberto Gil, no primeiro mandato do governo Lula (2002-2006), recomendou a criação de um Centro Internacional da Economia Criativa (CIEC), instituição que se dedicaria “à economia criativa na perspectiva do fortalecimento e do desenvolvimento desse setor nos países do hemisfério sul” (Miguez, 2023).

Conforme Miguez (2023), nos anos seguintes, até 2006, houve uma grande mobilização de forças nacionais e internacionais para a criação do CIEC no sentido de desenvolver e fortalecer a economia criativa nos países latinos. Entretanto, a sua instalação não logrou êxito, e a temática deixou de figurar da agenda do Ministério da Cultura até meados de 2010. Ainda assim, no Brasil, organizações não

---

8 United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). A referida conferência fora realizada no estado de São Paulo, em junho de 2004.

governamentais e instituições corporativas da área econômica dedicaram atenção significativa ao assunto, assim como governos estaduais e municipais passaram a adotar programas dedicados à temática (Miguez, 2023).

No primeiro governo de Dilma Roussef, em 2011, e tendo Ana de Hollanda à frente do Ministério da Cultura, a temática da economia criativa retorna à pauta da pasta, com a inserção da Secretaria da Economia Criativa (SEC) na estrutura daquele ministério, comandada por Cláudia de Sousa Leitão (Miguez, 2023), gestora cultural, professora universitária e ex-secretária de Cultura do Ceará no governo de Lúcio Alcântara (2002-2006). O advento da SEC proporcionou uma nova abordagem para a temática e a consequente geração de resultados positivos a partir do “Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações, 2011-2014”, que visava, para além da redefinição do próprio conceito de economia criativa<sup>9</sup>, a adoção de uma política sustentável e perene para o setor (Miguez, 2023).

A temática teve grande relevância na agenda nacional a partir da SEC, com um grande leque de articulações políticas e institucionais entre governo, organizações não governamentais, instituições e organizações da sociedade civil (Miguez, 2023). O tema da economia criativa avançou significativamente no cenário econômico nacional e com uma ampla disposição de vários setores no sentido de implementar as políticas decorrentes daquele período. Entretanto, em meados de 2016, o governo de transição que se instalou após o golpe parlamentar<sup>10</sup> que retirou Dilma Roussef da presidência da República resolveu extinguir a Secretaria da Economia Criativa e, portanto, excluiu o tema da agenda do Ministério da Cultura, como consequência das primeiras tentativas de desmonte daquele ministério.

---

9 A UNCTAD considera que o conceito de economia criativa está em constante evolução (Serra e Fernandez, 2014). Leitão (2023) explana que o Relatório da UNCTAD, em sua versão na língua portuguesa, traz uma certa indefinição da temática, visto que ele aborda premissas propositivas e determinação de prioridades, porém carece de uma definição ontológica, de princípios primordiais definidores. O termo é, inclusive, colocado de forma ambígua em relação à economia da cultura, o que é observado, geralmente, em discursos de gestores públicos culturais que colocam em oposição a “economia criativa” e a “economia da cultura”, inclusive com a institucionalização de pastas distintas (Leitão, 2023).

10 O golpe parlamentar de 2016 (Santos, 2017) é o fato ocorrido naquele ano com a retirada de Dilma Roussef, então presidenta do Brasil, do poder, sendo substituída pelo seu então vice-presidente, Michel Temer, em um processo de *impeachment* e que também culminou na ascensão da “nova direita”, ou, ultradireita, encabeçada por um movimento ideológico neofascista denominado bolsonarismo. A partir desse movimento, houve um processo sistemático de desmonte de políticas públicas sociais e culturais no país, o qual foi iniciado no governo Temer (2016-2018), com seu ápice no governo seguinte, o de Jair Bolsonaro (2019-2022), representante maior daquele movimento antidemocrático.

## 2.2 O fomento ao empreendedorismo criativo na Região Nordeste

Diversas ações têm sido implementadas para promover a economia criativa no Nordeste. A Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU), a qual inclui várias cidades nordestinas, visa fortalecer a economia criativa por meio da colaboração entre as cidades da rede em áreas como Artesanato e Artes Populares (João Pessoa/PB), Artes Midiáticas (Campina Grande/PB), Design (Fortaleza-CE) e Música (Salvador/BA e Recife/PE) e posiciona a criatividade no centro dos planos de desenvolvimento urbano da região. O Projeto Regional Nordeste da Cadeia de Valor da Economia Criativa, desenvolvido pelos Sebrae<sup>11</sup> nordestinos, foca no fortalecimento dos negócios criativos na região, na geração de emprego e renda e na produção de conhecimento sobre a economia criativa.

Equipamentos de estímulo à criatividade, como o Colabore, em Salvador; o Porto Digital e o Armazém da Criatividade, em Pernambuco; o Distrito Criativo de Fortaleza e o Centro de Design do Ceará, no Ceará, bem como os Sebrae Labs em várias cidades, têm sido criados para estimular a criatividade, a inovação, o aprendizado contínuo e o empreendedorismo local. Eventos e festivais, como a Feira Internacional de Negócios Criativos e Colaborativos e o Festival de Economia Criativa do Nordeste, promovidos pelos Sebrae nordestinos, conectam esses empreendedores com a troca de experiências, além de fomentar a visibilidade dos negócios criativos (Cartaxo, 2022).

As políticas setoriais adotadas para fomentar esse setor no Nordeste incluem várias iniciativas e programas. Incentivos fiscais e financeiros oferecem subsídios, isenções fiscais e linhas de crédito específicas para empresas e empreendedores do setor criativo, na facilitação do acesso a crédito e financiamento para projetos inovadores. Programas de capacitação e formação visam preparar empreendedores e profissionais da economia criativa com cursos e workshops que abordam temas como gestão de negócios, marketing, inovação e sustentabilidade.

Conforme Cartaxo (2022), o apoio à criação de redes e cooperativas fomenta a formação de redes de colaboração entre empreendedores criativos, cooperativas e associações, promovendo a troca de experiências e a união de esforços para o

---

11 O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro pequenas empresas – aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões (Sebrae, 2024). Disponível em: [https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quemsomos](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos). Acesso em: 25/08/2024.

desenvolvimento de projetos conjuntos. O desenvolvimento de espaços criativos, como *coworkings*, incubadoras e aceleradoras de negócios, oferece infraestrutura e suporte para empreendedores criativos e, desse modo, promove a inovação e a colaboração entre diferentes áreas da economia criativa. Eventos, feiras e festivais que destacam a produção cultural e criativa da região proporcionam uma plataforma para que os empreendedores apresentem seus produtos e serviços e facilitem a conexão com potenciais clientes e investidores. A integração dessas ações com o turismo busca promover a cultura local e as manifestações artísticas como atrativos turísticos na geração de renda e na valorização da identidade cultural da região (Cartaxo, 2022).

De acordo com Barbosa (2023), no Ceará, empresas criativas geraram mais de R\$11,2 bilhões em receita e cerca de R\$2 bilhões em lucros em 2020. Setores específicos, como o da Moda, destacam-se no Nordeste, herança do período da monocultura de algodão, que impulsionou a indústria têxtil na região. No Ceará, a Moda representava 57% do total de empresas criativas em 2021 (Barbosa, 2023).

Além da Moda, outros setores da economia criativa, como o Artesanato, o Turismo e o Design, possuem o potencial de criar empregos e oportunidades de renda. Entretanto, apesar dos resultados expressivos, não é possível afirmar que eles representem uma mudança significativa no cenário de desenvolvimento capaz de combater a desigualdade social histórica da região. No entanto, mesmo sendo uma das maiores geradoras de emprego, o setor da Moda ainda enfrenta problemas como a precarização do trabalho, pagamento de baixos salários, falta de integração e cooperação, além de desafios estruturais, como a concorrência com produtos importados e a necessidade de inovação tecnológica (Gomes; Silva Filho, 2013).

Os principais desafios da economia criativa na região Nordeste incluem a falta de investimentos, a capacitação e formação inadequadas, o reconhecimento e valorização insuficientes, infraestrutura deficiente, dificuldade de conexão com o mercado, a necessidade de práticas sustentáveis e inovadoras e a resistência cultural. A escassez de recursos financeiros e investimentos adequados para apoiar iniciativas criativas é um dos principais obstáculos. Muitos empreendedores enfrentam dificuldades em acessar crédito e financiamento para desenvolver seus projetos. Isso decorre também do alcance restrito e da dificuldade de acessar os recursos oriundos das políticas de incentivo, a exemplo das leis Rouanet e, mais recentemente, das leis Aldir Blanc e Paulo Gustavo. Embora existam programas de capacitação, ainda há

uma necessidade significativa de formação específica para empreendedores da economia criativa. A falta de conhecimento em gestão, marketing e inovação é outro aspecto que pode limitar o potencial de crescimento dos negócios criativos na região.

### **2.3 Economia Criativa e Cidade Criativa: contrapontos conceituais**

Os conceitos de economia criativa e de cidade criativa têm sido utilizados para representar um modelo de desenvolvimento urbano que relaciona a produção cultural a estratégias para atrair investimentos como forma de promover a reestruturação econômica das cidades (De Jesus, Kamlot e Dubeux, 2020). Essa perspectiva, no entanto, parte da reprodução de soluções de desenvolvimento aplicadas em contextos do norte global, os quais ignoram as características únicas dos territórios e das realidades sociais locais de países periféricos, conforme entendimento dos autores.

De acordo com De Jesus, Kamlot e Dubeux (2020), o conceito de economia criativa revela contradições ao estabelecer e utilizar os termos<sup>12</sup> “economia criativa”, “cidade criativa” e “classe criativa”, discutidos em seu trabalho. Nesse sentido, os autores apontam que a formulação dessas definições foi concebida em realidades diferentes das de países periféricos do sul global, sem incluir seus representantes nas discussões e, conseqüentemente, sem levar em consideração os seus respectivos contextos políticos, econômicos e culturais, o que afetaria, conforme seus entendimentos, a sua aplicação e, por conseguinte, também seus efeitos práticos.

De maneira semelhante, Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) destacam que a definição de território com base em abordagens economicistas limita o espaço a um mero instrumento de extração de valor e que desconsidera as dimensões sociais e simbólicas que contribuem para a construção dos territórios. A investigação revela que a adoção de práticas voltadas para atrair investimentos e melhorar a imagem da cidade frequentemente ignora elementos essenciais como inclusão social e participação da comunidade, que são cruciais para entender a dinâmica dos ambientes urbanos.

A crítica conjunta dos autores aponta para a necessidade de repensar as estratégias de desenvolvimento das cidades criativas. Nesse caso, eles apontam que

---

12 Os autores se referem, no caso do termo “economia criativa”, à proposta conceitual formulada pela UNCTAD (vide nota 9). No termo “cidade criativa”, a referência é o conceito cunhado por Charles Landry (2000), e o termo “classe criativa” relaciona-se à proposta formulada por Florida (2002).

é imperativo considerar o território também como espaço de apropriação e disputa, conforme os aportes teóricos de Milton Santos<sup>13</sup>, abordados em seu estudo, e não apenas como recurso passível de aplicação de fórmulas padronizadas, de forma a promover políticas públicas mais inclusivas e adequadas às realidades locais.

Santos (2002) *apud* Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) defende que o território não é apenas um espaço físico, mas um "território usado", marcado por relações sociais, históricas e identitárias, o que desafia a concepção homogeneizadora da economia criativa e da cidade criativa, criticada por De Jesus, Kamlot e Dubeux (2020). Enquanto os autores destacam que as definições dominantes ignoram as particularidades do sul global, Santos (2005a) *apud* Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) reforça a necessidade de analisar as formações econômicas e sociais locais, evitando a replicação acrítica de modelos externos. Essa abordagem dialoga com a crítica de que a economia criativa, ao se basear em fórmulas pré-definidas, amplia desigualdades e desconsidera contextos políticos e socioeconômicos específicos (De Jesus, Kamlot e Dubeux, 2020).

A noção de "verticalidades" e "horizontalidades" proposta por Santos (2005b) também se relaciona com as críticas ao conceito de cidade criativa. Enquanto as verticalidades representam fluxos globais que impõem lógicas homogeneizadoras, as horizontalidades destacam as dinâmicas locais e as resistências a essas imposições. De Jesus, Kamlot e Dubeux (2020) argumentam que as cidades criativas no sul global frequentemente reproduzem hierarquias excludentes, sem considerar as realidades locais. Santos (2006) *apud* Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) complementa essa crítica ao afirmar que a globalização reforça desigualdades, pois as verticalidades privilegiam interesses externos, enquanto as horizontalidades, embora potencialmente emancipatórias, são marginalizadas. Essa tensão evidencia a inadequação de modelos como o de Florida (2002), que desconsideram as estruturas de poder e as limitações materiais dos territórios periféricos.

---

13 Os autores citam as contribuições teóricas de Milton Santos a partir do debate sobre economia criativa e territórios, em que ele defende que o território é mais do que um espaço físico, sendo um "território usado" marcado por identidades, relações sociais e históricas (Santos, 2005c). Enfocam também que a abordagem materialista de Santos (2005c) destaca a importância das condições materiais e da história na formação dos espaços. Santos (2005c) também introduziu os conceitos de verticalidades (conexões globais) e horizontalidades (relações locais) para explicar como os territórios são influenciados por dinâmicas externas e internas. Criticou a homogeneização dos espaços e propôs uma visão de território criativo que valoriza a diversidade cultural e as particularidades locais, opondo-se a modelos puramente econômicos. Suas ideias incentivam uma análise mais crítica e contextualizada dos espaços criativos.

Por fim, a proposta de Santos (2002) *apud* Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) de um "território criativo" como espaço de manifestações materiais e simbólicas oferece uma alternativa às limitações apontadas por De Jesus, Kamlot e Dubeux (2020). Ao integrar história, cultura e relações sociais, essa concepção valoriza as especificidades locais e as contradições inerentes aos processos criativos, contrastando com a visão economicista da cidade criativa. Enquanto o texto crítico denuncia a replicação acrítica de modelos, Santos (2005<sup>a</sup>) *apud* Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) fornece um arcabouço teórico para repensar a economia criativa a partir de uma perspectiva territorialmente situada, que reconhece as assimetrias globais e as potencialidades locais. Assim, ambos os debates convergem na necessidade de abordagens críticas e contextualizadas para o desenvolvimento de territórios criativos.

### 3. A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO

Embora, nos tempos atuais, haja uma conceituação mais ampla e até crítica no que diz respeito à definição de cidades criativas, para além do conceito original cunhado por Landry (2000), aspectos ligados à inovação, cultura e criatividade permanecem comuns a todas elas e que são fatores estratégicos fundamentais para um desenvolvimento urbano local e sustentável (Reis, 2016).

A inovação, nesse contexto, é compreendida como o processo de introdução de novas práticas e soluções que atendem às demandas urbanas de maneira mais eficiente, promovendo a sustentabilidade e a competitividade das cidades. Para Castells (1996), a inovação está intimamente ligada à capacidade das cidades de se inserirem nas redes globais de informação e conhecimento, o que facilita a adaptação às mudanças e a geração de valor econômico.

A cultura, por sua vez, é definida por Hall (1997) como o conjunto de práticas e significados compartilhados que moldam a identidade coletiva e possibilitam a coesão social dentro de um território. Para Lèvi-Strauss (1950 *apud* Cuche, 1999) a cultura deve ser vista como um sistema que organiza as relações sociais e os significados simbólicos. Isso implica que a cultura não é apenas um conjunto de elementos isolados, mas sim uma rede complexa onde cada parte influencia e é influenciada pelas outras.

Tilio (2009) entende cultura como ação, em que os indivíduos são agentes da própria cultura, e não meros portadores, o que culmina em um processo ativo e dinâmico, ao invés de um estado estático. O autor ainda menciona que a cultura não deve ser vista como algo fixo ou amarrado a uma localidade específica, visto que os significados culturais são gerados por pessoas em movimento e pelo fluxo de conexões entre diferentes culturas. Isso sugere que uma rede global, a exemplo das cidades criativas, pode facilitar a troca cultural e a interação entre diferentes grupos sociais. Entretanto, Tilio (2009) alerta para o discurso homogeneizador que pode surgir com essa globalização, em que instâncias totalizantes tentam impor suas normas e valores sobre outras culturas, e para o fato de que, por conta das complexidades e contradições que existem dentro de qualquer sistema cultural, faz-se necessário considerar uma análise crítica das relações de poder e das desigualdades que podem estar presentes.

A criatividade, conforme Landry (2000), é a habilidade de gerar novas ideias e soluções, sendo um recurso fundamental para o desenvolvimento urbano que ultrapassa a mera produção artística, incorporando-se ao planejamento e gestão das cidades. Além disso, uma característica relevante desse modelo de cidade é o movimento de interconexão com outras cidades, visando ao intercâmbio de relações e experiências, o que contribui para a disseminação de práticas inovadoras e culturais em um cenário global interdependente.

Del Valle e San Salvador Matovic (2020) apontam alguns exemplos de redes de cidades criativas, tais como Rede de Cidades Criativas do Japão, Rede de Cidades Criativas do Sudeste Asiático, Cidades Criativas da Argentina e a Rede de Cidades Criativas do Canadá. Entretanto – e até a realização desta pesquisa – a Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU) se configura como a maior delas, com cerca de 350 cidades (Unesco, 2024), conforme aponta a Figura 1. A rede foi lançada em 2004 para promover a cooperação entre as cidades que reconhecem a criatividade como um fator importante no seu desenvolvimento urbano nos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais (Unesco, 2019).

**Figura 1 - Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU)**



**Fonte:** Mapa-múndi das Cidades Criativas (Unesco, 2024).

A rede de cidades criativas da Unesco é uma iniciativa que promove a conexão entre cidades que identificam a criatividade como um fator estratégico para o seu desenvolvimento urbano sustentável (Unesco, 2019). Ao aderir à rede, as cidades se comprometem a compartilhar suas melhores práticas e a desenvolver

parcerias que envolvem os setores público, privado e a sociedade civil, com o objetivo de fortalecer a criação, produção, distribuição e difusão de atividades, bens e serviços culturais. Além disso, dedicam-se ao desenvolvimento de polos de criatividade e inovação, ampliam as oportunidades para criadores e profissionais do setor cultural, melhoram o acesso e a participação na vida cultural, especialmente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis, e integram plenamente a cultura e a criatividade nos planos de desenvolvimento sustentável (Observatório da Gastronomia, Fecomercio-SC, 2024).

A chancela de cidade criativa é concedida conforme o potencial inovador em uma determinada área temática de destaque que aquela urbe possua e a partir de uma avaliação criteriosa daquele organismo institucional. As áreas temáticas, personificadas em campos criativos eminentemente ligados à cultura, são: artesanato e artes populares, cinema, música, gastronomia, literatura, mídia e design. O Brasil possui alguns de seus municípios (Quadro 1) com essa chancela e, até a realização desta pesquisa, foram identificados quatorze que fazem parte da Rede de Cidades Criativas da Unesco (BRASIL, 2024).

**Quadro 1** – Municípios brasileiros com a chancela de Cidade Criativa da Unesco.

<b>CAMPO CRIATIVO / CHANCELA</b>	<b>CIDADE</b>	<b>ANO DE CONCESSÃO</b>
<b>Artesanato e Arte Popular</b>	João Pessoa/PB	2017
<b>Artes Midiáticas</b>	Campina Grande/PB	2021
<b>Cinema</b>	Santos/SP	2015
	Penedo/AL	2023
<b>Design</b>	Brasília/DF	2017
	Curitiba/PR	2014
	Fortaleza/CE	2019
<b>Gastronomia</b>	Belém/PA	2015
	Belo Horizonte/MG	2019
	Florianópolis/SC	2014
	Paraty/RJ	2017
<b>Literatura</b>	Rio de Janeiro/RJ	2023
<b>Música</b>	Salvador/BA	2016
	Recife/PE	2021

Fonte: Desenvolvida pelo autor (2024).

Para se candidatar a ser uma participante dessa rede, é preciso organizar e preparar um plano de trabalho coerente, inclusive com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)<sup>14</sup> e com várias ações voltadas à economia criativa para o desenvolvimento urbano e sustentável, a serem realizadas em um período de quatro anos. Quando concedida a chancela, é possível contar com a *expertise* da rede como um todo para o desenvolvimento das ações planejadas, que podem ser executadas individual ou conjuntamente com os partícipes.

### 3.1 As Cidades Criativas da Unesco no campo do Design no Brasil

O Design é um dos campos criativos temáticos elencados pela Unesco relacionados ao desenvolvimento econômico e social das cidades por meio da cultura. Dentre as 350 cidades criativas da Unesco no mundo, até o momento desta pesquisa, as que têm a chancela do campo de Design perfazem 51 cidades, sendo oito localizadas na América Latina e Caribe, das quais, três estão no Brasil: Fortaleza/CE, Curitiba/PR e Brasília/DF (Figura 2) (Unesco, 2024). Essas cidades foram reconhecidas principalmente pelo potencial no setor de Design e suas iniciativas voltadas ao desenvolvimento urbano e à sustentabilidade.

**Figura 2** - Cidades criativas do Design da Unesco na América Latina e Caribe.



**Fonte:** Autoria própria, com base em Unesco (2024).

14 Vide nota 6

Essas três cidades brasileiras na categoria Design (Curitiba, Brasília e Fortaleza), apesar de compartilharem o reconhecimento no mesmo campo, apresentam abordagens distintas e características específicas em suas trajetórias na rede.

Curitiba, incluída na rede em 2014, já possuía um histórico de destaque no design urbano, refletido em seu planejamento e mobilidade urbana. A candidatura, liderada pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), foi impulsionada por jovens designers locais e buscou consolidar a cidade como um polo de inovação, com iniciativas como a Semana D e a Bienal Brasileira de Design. Motta (2019) destaca que Curitiba utilizou seu reconhecimento para fortalecer sua identidade criativa e fomentar o desenvolvimento de novas soluções urbanas.

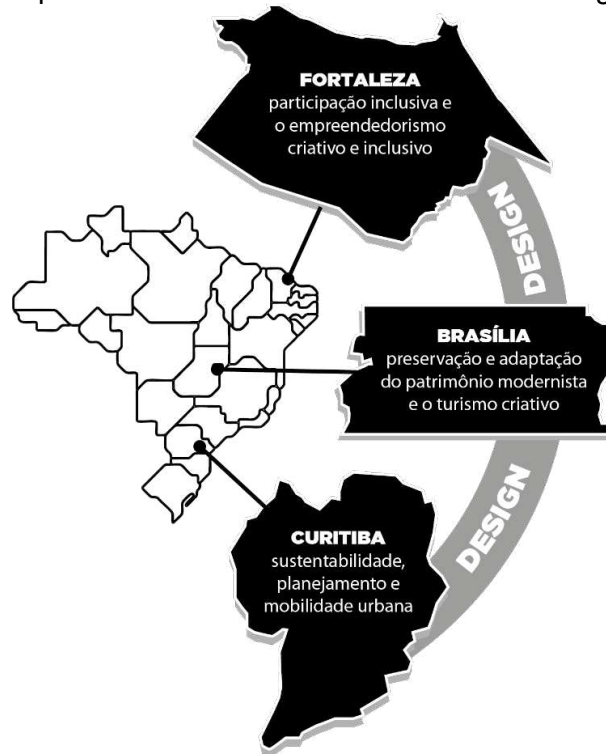
Brasília, por outro lado, foi integrada à rede em 2017, com foco no design como elemento central de sua identidade arquitetônica e urbanística, desde a concepção modernista de Oscar Niemeyer e Lúcio Costa. De acordo com Bastos (2022), Brasília tem utilizado sua chancela na Rede de Cidades Criativas para promover debates sobre a economia criativa e o empreendedorismo. Aliado a isto, também houve a necessidade de mudar o estigma nacional de uma metrópole exclusiva e essencialmente política, no sentido de promover a capital federal brasileira em um destino turístico e criativo (Facuri, 2024). A preservação do patrimônio arquitetônico, alinhada às novas demandas sociais e econômicas, além da promoção de um turismo criativo são aspectos distintivos de Brasília em comparação com Curitiba e Fortaleza.

Fortaleza, reconhecida como Cidade Criativa do Design em 2019, adotou uma abordagem centrada nas ações do campo criativo e de inovação urbana já existentes na cidade, como o Distrito Criativo de Fortaleza, o já consolidado setor de moda, além de políticas inovadoras de mobilidade urbana e ações formativas inclusivas. Conforme Menezes (2023), o projeto Fortaleza Cidade Criativa do Design estruturou-se com o objetivo de organizar a cidade em torno de um ambiente interinstitucional e participativo que enfatizava as políticas públicas voltadas para o fortalecimento da economia criativa local. Diferentemente de Curitiba, que foca na inovação urbana, e de Brasília, que privilegia a preservação do patrimônio modernista e o fomento a um turismo criativo, Fortaleza, a partir da concessão da chancela da Unesco, procura direcionar seus esforços para um empreendedorismo criativo e inclusivo.

Apesar das diferenças nas abordagens, as três cidades compartilham a utilização do design como estratégia para o desenvolvimento sustentável e a inovação.

Entretanto, cada uma delas adapta essa estratégia conforme suas especificidades locais, de acordo com os autores já citados (Figura 3).

**Figura 3** - Especificidades das cidades criativas do Design brasileiras



Fonte: Autoria própria.

### 3.2 Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco

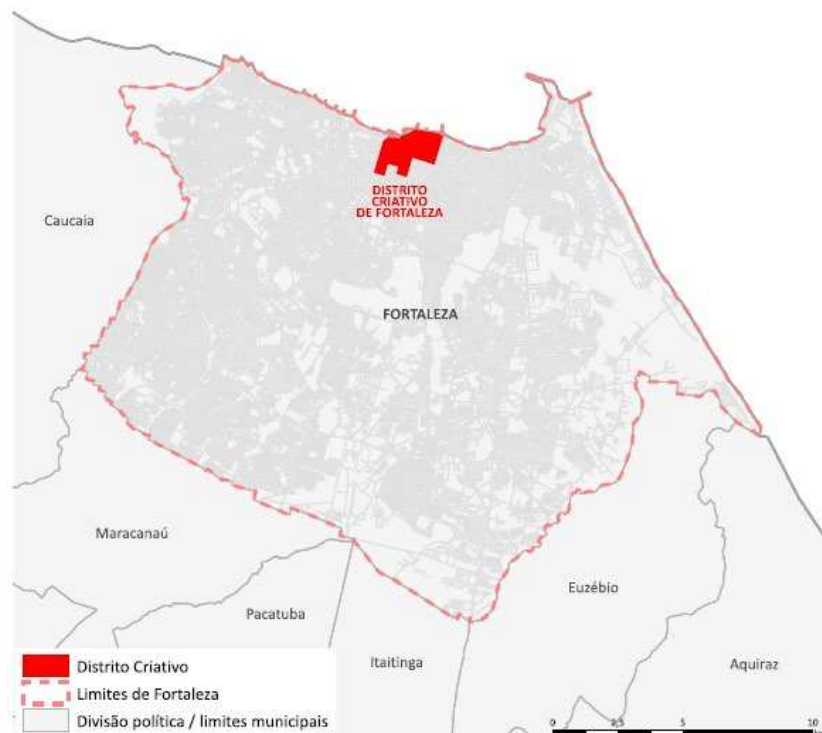
Toda cidade possui muitas vocações no campo cultural, porém, quando se trata de compor a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, dentre as muitas candidaturas que se apresentam, escolhe-se apenas uma em especial, de modo a estabelecer um selo/rótulo naquela determinada vocação (Leitão, 2024). Fortaleza já havia tentado uma candidatura de Cidade Criativa da Unesco em 2004, na área da música, entretanto não logrou êxito à época (Menezes, 2023). Na visão de Leitão (2024), faltava, naquele momento, um movimento mais coeso e direcionado, além de uma reflexão mais profunda sobre o porquê e para quê Fortaleza deveria se tornar uma cidade criativa.

A construção de uma proposta de adesão à rede de cidades criativas, de acordo com a recomendação da Unesco, é que ela seja feita de forma coletiva, com a conjunção de forças entre o poder público, entes privados e a sociedade civil. A participação de uma diversidade de atores é fundamental nesse processo, na medida

em que a criatividade e o senso de inovação estão intrínsecos na sua condição de agente naquele fazer coletivo (Unesco, 2019). Desse modo, a obtenção da chancela de Fortaleza como Cidade Criativa do Design pela Unesco, em 2019, foi resultado de uma conjunção entre entidades públicas, privadas e entes classistas representativos reunidos em um grupo eclético de trabalho que elaborou um dossiê contextualizado para a candidatura da cidade (Menezes, 2023).

Os principais pontos abordados no dossiê incluíam a história e a evolução do design em Fortaleza, as iniciativas já em andamento para fomentar a criatividade e o desenvolvimento urbano e os projetos planejados para fortalecer a posição da cidade como um *hub* de design. Destacaram-se, por exemplo, a criação de espaços formativos de caráter inclusivo, como o Porto Iracema das Artes, as Escolas da Juventude (Fortaleza, 2022b), os Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (Cucas) (Fortaleza, 2022b), e de fomento a atividades produtivas a partir da inovação e da criatividade, a exemplo do Distrito Criativo de Fortaleza (Figura 4), iniciativas que já estavam integradas ao cenário cultural da cidade e demonstraram o potencial de Fortaleza para se destacar no âmbito do design (Menezes, 2023).

**Figura 4** - Localização do Distrito Criativo de Fortaleza



**Fonte:** Sistema FIEC / Observatório da Indústria (2019)

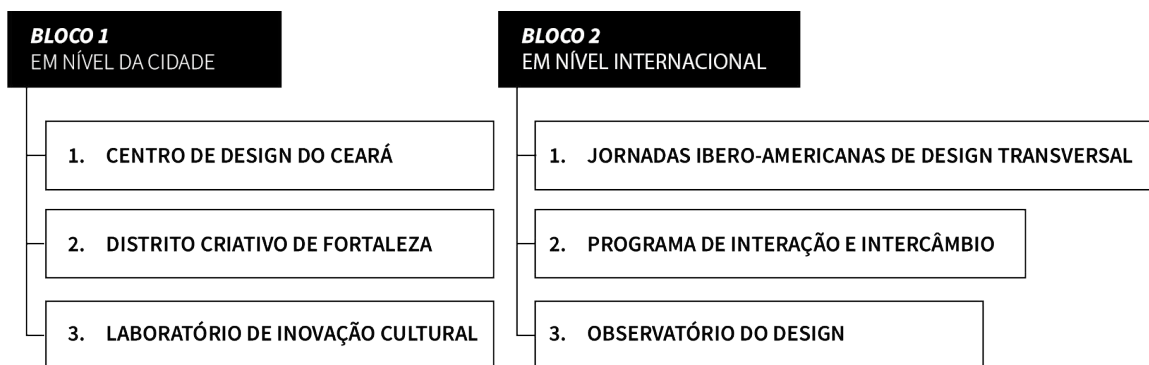
Os aspectos históricos, culturais e econômicos do contexto regional, estadual e local também foram considerados na candidatura de Fortaleza. A indústria têxtil, por exemplo, floresceu no estado do Ceará a partir do ciclo do algodão no século XVIII e, ainda que houvesse o declínio desse ciclo em meados do século XX (Cunha, 2021), o setor de moda na capital cearense ganhou grande protagonismo a partir dele. A implementação de um parque industrial e uma área de produção têxtil impulsionou a criação do primeiro curso superior em Moda, em 1994 (Dossiê da Candidatura, 2018).

A respeito das ações formativas no campo do Design relatadas no dossiê da candidatura (2018), o primeiro curso foi de nível médio e técnico, porém com conteúdo de grande qualidade pedagógica, surgido em 1998, por meio do Instituto Dragão do Mar, órgão da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará (Secult/CE). Já em nível de graduação/bacharelado, o primeiro curso foi implementado em 2003, por uma instituição privada, a então Faculdades Nordeste, atualmente Centro Universitário Unifanor Wyden. No âmbito da esfera pública, especificamente, a Universidade Federal do Ceará implantou seu curso de graduação em Design em 2011, com atividades de ensino, pesquisa e extensão – já em 2015, o curso obteve nota máxima no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade) (Portal UFC, 2024). Conforme o documento oficial da candidatura de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco, a cidade já contava, em 2018, com cerca de 10 centros de formação superior em Design, entre entidades públicas e privadas, responsáveis pela inserção de cerca de 500 profissionais/ano no mercado, à época (Dossiê da Candidatura, 2018).

A aprovação do dossiê pela Unesco envolveu a análise rigorosa desses programas, projetos e das políticas públicas apresentadas naquele contexto em que a incorporação na Rede de Cidades Criativas exigia que Fortaleza demonstrasse não apenas um histórico significativo no campo do Design, mas também um compromisso com o uso da criatividade para promover o desenvolvimento urbano sustentável, a inclusão social e a melhoria da qualidade de vida. Durante o processo de avaliação, foram considerados fatores como a integração de práticas de design nos setores públicos e privados, a promoção de intercâmbios culturais e a sustentabilidade dos projetos apresentados. Fortaleza destacou-se pela sua abordagem integrada, que envolveu a participação ativa de diversos segmentos da sociedade na formulação das iniciativas contidas no dossiê da candidatura, para o desenvolvimento da economia criativa e o atingimento dos objetivos da rede a partir do campo do Design (Menezes, 2023).

Para facilitar a compreensão de como foi organizada a formulação das iniciativas propostas no âmbito da formulação do dossiê, elas foram divididas, nessa pesquisa, em dois blocos distintos (Figura 5) contendo, cada um, três grandes iniciativas ou projetos estratégicos direcionados a alcançar os objetivos da rede de forma local, no nível de cidade, e internacional, em conjunto com os outros partícipes, ambos no aprimoramento do papel da cultura e da criatividade no desenvolvimento sustentável da cidade, conforme recomendação da Unesco (Dossiê da Candidatura, 2018).

**Figura 5** - Iniciativas/Projetos estratégicos para o alcance dos objetivos da rede.



**Fonte:** Autoria própria, baseado no Dossiê da Candidatura da Chancela (2018).

Com a aprovação do dossiê, Fortaleza passou a integrar um grupo seleto de cidades que utilizam a criatividade como motor de desenvolvimento. Esse reconhecimento trouxe certa visibilidade internacional à cidade e fortaleceu a colaboração entre os setores criativos locais e globais. Desse modo, sua inclusão na Rede de Cidades Criativas da Unesco teve o propósito de impulsionar novas oportunidades para a inovação, a troca de conhecimentos e o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para a promoção do design como um elemento central na estratégia de desenvolvimento urbano (Menezes, 2023).

Menezes (2023) demonstra em seu trabalho<sup>15</sup> que a concepção da candidatura de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco foi construída de forma conjunta e colaborativa, com transparência, porém não completamente inclusiva, em meados de 2018. É observado, porém, que, mesmo após a concessão da chancela e a implementação de parte das ações previstas, o processo deixou de

15 **O organizar inclusivo para uma cidade criativa à luz da estratégia como prática:** o projeto Fortaleza cidade criativa do design da Unesco. Tese de Doutorado defendida em 2023, pela Universidade Estadual do Ceará.

considerar a escuta de alguns atores, sobretudo dos territórios diretamente atingidos por aquelas ações.

Outro aspecto apontado é que, diferentemente do que normalmente ocorre em proposições de candidatura à RCCU, em que a iniciativa parte da própria classe criativa<sup>16</sup> local, organizada, de profissionais oriundos das categorias previstas na rede, houve, na realidade, uma convergência de forças de outros atores para o sucesso daquela empreitada, em específico, representantes da gestão pública e de entidades não governamentais (Menezes, 2023). Esse fato ocorreu, naquele contexto, porque a categoria profissional dos designers não se encontrava totalmente coesa e organizada em Fortaleza, sendo necessário, inclusive, a reativação de sua associação<sup>17</sup> – condição fundamental para o processo de candidatura (Menezes, 2023).

Assim, a candidatura de Fortaleza Cidade Criativa do Design foi pensada em uma perspectiva ampla a partir dessa conjunção de múltiplos atores, nos quais se inseriam: Sistema S (Sebrae, Fiec, Senai, Senac), Universidade Federal do Ceará, Associação Ceará Design, Prefeitura de Fortaleza, Governo do Estado, entre outros (Menezes, 2023). Entretanto, para além do marketing positivo e seu impacto que a cidade possa auferir a partir de um título de Cidade Criativa do Design da Unesco, Leitão (2024), em seu discurso, aponta para os riscos de se manter o foco apenas na superficialidade desse resultado, em detrimento à implementação de políticas públicas estruturantes que, de fato, contribuam para o desenvolvimento socioeconômico e, portanto, para a redução das desigualdades.

---

16 O conceito de "classe criativa" foi desenvolvido pelo economista Richard Florida (2011) para descrever um grupo de indivíduos cujo trabalho envolve atividades criativas e inovadoras. Segundo Florida, a classe criativa é composta por profissionais que atuam em áreas como ciência, engenharia, tecnologia, design, educação, artes e entretenimento, entre outros campos onde o principal objetivo é a criação de novas ideias, tecnologias e conteúdos. Essa classe é vista por Florida (2011) como o principal motor do crescimento econômico e da transformação social nas economias modernas.

17 Durante o processo de candidatura de Fortaleza, foi realizada a reativação da Associação Ceará Design (ACDesign), entidade de classe que, até aquele momento, encontrava-se desativada. Após a reativação, a primeira diretoria dessa associação teve à frente, como diretor-presidente, o designer cearense Allyson dos Reis, sócio fundador do premiado Studio Abracadabra e ex-diretor regional da Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil), com participação ativa durante todo o processo.

## 4. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

A partir do conhecimento do *corpus* bibliográfico existente, com estudos sobre a temática abordada, é possível situar e relacionar o problema em investigação e, portanto, compreender o seu contexto político e econômico. O presente trabalho aborda aspectos que permeiam o conceito de cidade criativa, desenvolvido nesta seção.

Trabalhos de autores como Landry (2000, 2011), Hall (2016), Kageyama e Reis (2011) e Reis (2011; 2014), debruçam-se sobre o próprio conceito de cidades criativas. Seguidamente, são considerados aspectos das práticas inclusivas (Healey, 1997; Sasaki, 2010; Reis, 2011) e da participação social dos designers no contexto das cidades criativas (Daros, 2016; Nascimento, 2018; Han *et al*, 2024).

Assim, o estado da arte desta pesquisa é definido pelo estudo das cidades criativas e seus conceitos na busca por identificar e compreender como esses aspectos contribuem, a partir da participação, social e inclusiva de sua classe criativa, para a economia criativa da cidade. Os achados do presente capítulo fornecem subsídios para uma análise qualitativa a partir da avaliação em profundidade, nos moldes indicados por Cruz (2019), com base nos aspectos que concernem à política pública decorrente da obtenção da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco.

### 4.1 Criatividade e Transformação no Contexto das Cidades

Hall (2016) reflete sobre as “cidades eternas”, metrópoles que viveram períodos de apogeu e se destacaram como marcos históricos. Exemplos incluem Atenas, na Grécia, berço da filosofia grega; Florença, na Itália, ícone do Renascimento; Londres, na Inglaterra, expoente do teatro elisabetano; Paris, influente no iluminismo; Viena, na Áustria, associada às teorias freudianas, e Berlim, na Alemanha, símbolo de fusão e disrupção culturais e contemporâneas.

O autor argumenta que o sucesso dessas metrópoles deriva de um planejamento urbano profundo e de outros elementos cruciais. O autor destaca que esse sucesso não é acidental, mas resulta de um processo amadurecido e de investimentos significativos em arte, cultura e conhecimento. Leitão (2024) complementa que esse processo reflete uma governança perene, caracterizada por

um movimento dinâmico e permanente, envolvendo a cooperação forte e coesa entre o governo e a sociedade civil.

Adicionalmente, Hall (2016) observa que essas cidades atingem o auge em períodos de transição e ruptura com fases históricas anteriores. Leitão (2024) sugere que isso resulta de uma mudança de pensamento para uma nova realidade, promovendo uma nova cultura que rompe com hábitos e práticas ultrapassados. A autora ressalta que essa transformação advém da coragem de inovar e investir em novas perspectivas, superando disputas político-partidárias e mercadológicas, que, no contexto brasileiro, promovem desigualdade e exclusão.

As cidades mencionadas por Hall (2016), exemplificadas anteriormente, acreditavam em sua essência criativa e cultural, contrastando com a exclusão e racismo que marcam muitas cidades, especialmente no Brasil (Leitão, 2024). Com investimentos substanciais em infraestrutura tecnológica e educação, essas metrópoles criavam um ambiente propício à criatividade. Sobre esse aspecto, Furtado (1978) *apud* SILVA (2019) argumenta que a criatividade é essencial para superar as limitações da dependência econômica e industrial. Além disso, Furtado (2007) define criatividade e inovação como atributos dos agentes com poder econômico capazes de promover mudanças sociais e aumentar a participação de classes menos favorecidas na apropriação do excedente.

No entanto, grande parte das cidades globais, incluindo Fortaleza, lócus deste trabalho, refletem uma assimetria urbana caracterizada pela desigualdade. Em Fortaleza, 60% da população vive em áreas periféricas (IBGE, 2024), onde a prevalência do crime organizado é uma consequência da ausência estatal (Pereira, 2022). Essa assimetria gera invisibilidade social e altos índices de mortalidade juvenil nas periferias urbanas (Souza, 2023).

No que diz respeito à formulação das políticas públicas culturais, sobretudo no contexto das cidades criativas, de acordo com Harvey (1989) *apud* Benza (2019), aquelas que visam à revitalização de espaços urbanos acabam por transformar-se em uma espécie de “véu” que oculta essa reestruturação e privilegia o capital privado local, este, aliado ao capital internacional. Desse modo, essas políticas acabam por ultrapassar o seu *modus operandi* inicial e findam por se transformar em políticas essencialmente econômicas. Segundo o autor, esse é o modelo adotado pelas cidades criativas e que é reproduzido em todo o mundo. Esse modelo visa à criação

de ambientes criativos, redes e clusters<sup>18</sup> de inovação” nas áreas urbanas das cidades, o que, em alguma medida, decorre de algum processo de gentrificação<sup>19</sup> (Benza, 2019), o que torna aquela política, de certo modo, excludente.

## 4.2 Cidades Criativas: conceitos e discussões

A partir de uma nova dinâmica mundial advinda do período pós-guerra fria, em que as relações internacionais entre os países passaram a ser globalizadas, as cidades, por conseguinte, também passaram a adotar posturas diferenciadas para pensar seu desenvolvimento. Em meados dos anos 1980, algumas cidades estadunidenses iniciam esse movimento para justificar seu valor econômico a partir da classe criativa<sup>20</sup> local, o que também foi seguido por cidades do Reino Unido e Austrália (Reis, Kageyama; Landry, 2011).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em conjunto com o Conselho da Europa, já havia iniciado, em 1970, as discussões voltadas à indústria cultural e que, portanto, inseriam a economia advinda dos setores criativos e culturais. Alguns outros movimentos se seguiram ao longo das décadas seguintes, entre os quais se destacam duas conferências internacionais ocorridas no ano de 1988, sendo a primeira em Glasgow, na Inglaterra, intitulada “Artes e a Cidade em Transformação: uma agenda de regeneração urbana”, e a outra em Melbourne, na Austrália, que recebeu, à época, o nome de “Cidade Criativa” (Reis, Kageyama; Landry, 2011).

Landry (2000), que cunhou o termo “cidade criativa” em 1980, considera a classe artística como aquela que desempenha um papel central na cidade onde a imaginação e a criatividade definem as características e o espírito urbano. O autor

---

18 Porter (2000) define um cluster como “concentrações geográficas de empresas interconectadas, fornecedores especializados, empresas em indústrias relacionadas e instituições associadas (universidades, agências de padrões, associações comerciais)”, em um campo específico que compete, mas também coopera. (Benza, 2019)

19 Quanto ao conceito de gentrificação, no contexto dessa discussão, a autora se refere a Lacarrieu (2016), o qual considera que o deslocamento e/ou rotatividade da população é uma das dimensões que mais têm sido destacadas relativamente a esse conceito. Algumas perspectivas observam a gentrificação como uma opção de reparação para locais deteriorados, e o repovoamento baseado na mudança e no deslocamento da população é visto por alguns autores como positivo. Entretanto, como aponta Herzer (2008), quando o deslocamento é direto e se localiza dentro dos despejos compulsórios de setores populares ou, como sugere Rubino (2009), é indireto e é produzido pelas mudanças socioeconômicas que exterminam os antigos moradores da área, estamos perante uma perspectiva de alteração e destruição das relações sociais, o que resulta, portanto, em um processo natural de exclusão.

20 Vide nota 16.

incorpora o fato de que outros atores também são importantes nesse processo, visto que, a princípio, a criatividade é inerente a todas as pessoas. Na administração pública não é diferente, pois o conjunto de partes interessadas (gestores, comunidade e outros alvos) pode conectar-se e lançar mão de estratégias criativas e inovadoras para a formulação de políticas públicas (Reis, Kageyama; Landry, 2011). Landry e Bianchini (1995), autores pioneiros na discussão das cidades criativas, já enfatizavam a importância da cultura e da criatividade como motores para o desenvolvimento urbano sustentável, o que tem, inclusive, influenciado as análises mais recentes.

A cidade criativa, conforme Landry (2000), reúne uma série de condições e características que a definem como tal: recursos naturais, diversidade, políticas públicas transdisciplinares, engajamento do cidadão, presença da criatividade em todos os setores da sociedade e da economia, estruturas regulatórias e incentivos à criatividade, estado mental e a valorização de talentos internos, bem como a atração de talentos externos.

Esses aspectos apontados por Landry (2000), de certo modo, coadunam-se com o discurso de Reis (2011; 2014), onde, para uma cidade ser considerada “criativa” é necessária a conjunção de três características fundamentais, as quais se interrelacionam. Cultura e conexões, citadas anteriormente e harmonizadas com as definidas por Landry (2000), somam-se à inovação, também abordada por Reis (2011; 2014). Essas características que independem da escala e da densidade demográfica, do contexto socioeconômico e da história da cidade, são norteadoras para a compreensão do conceito de cidades criativas, com base nos autores anteriormente citados.

A inovação é essencial para transformar e revitalizar o espaço urbano. Ela pode se manifestar tanto no âmbito tecnológico quanto social, abrangendo desde o desenvolvimento de tecnologias avançadas até a implementação de novas práticas sociais que respondam às necessidades da população. Reis (2011; 2014) destaca que a inovação implica em uma nova forma de abordar problemas antigos, utilizando a criatividade como um motor para soluções que alterem significativamente a paisagem urbana. Reis (2014) reforça essa perspectiva, argumentando que a capacidade de lidar com problemas de maneira inovadora é crucial para que as cidades se adaptem às mudanças contemporâneas. A inovação não se limita à tecnologia, mas se estende também ao campo social e cultural, em que práticas inovadoras podem emergir a partir da interação entre diferentes agentes sociais e econômicos.

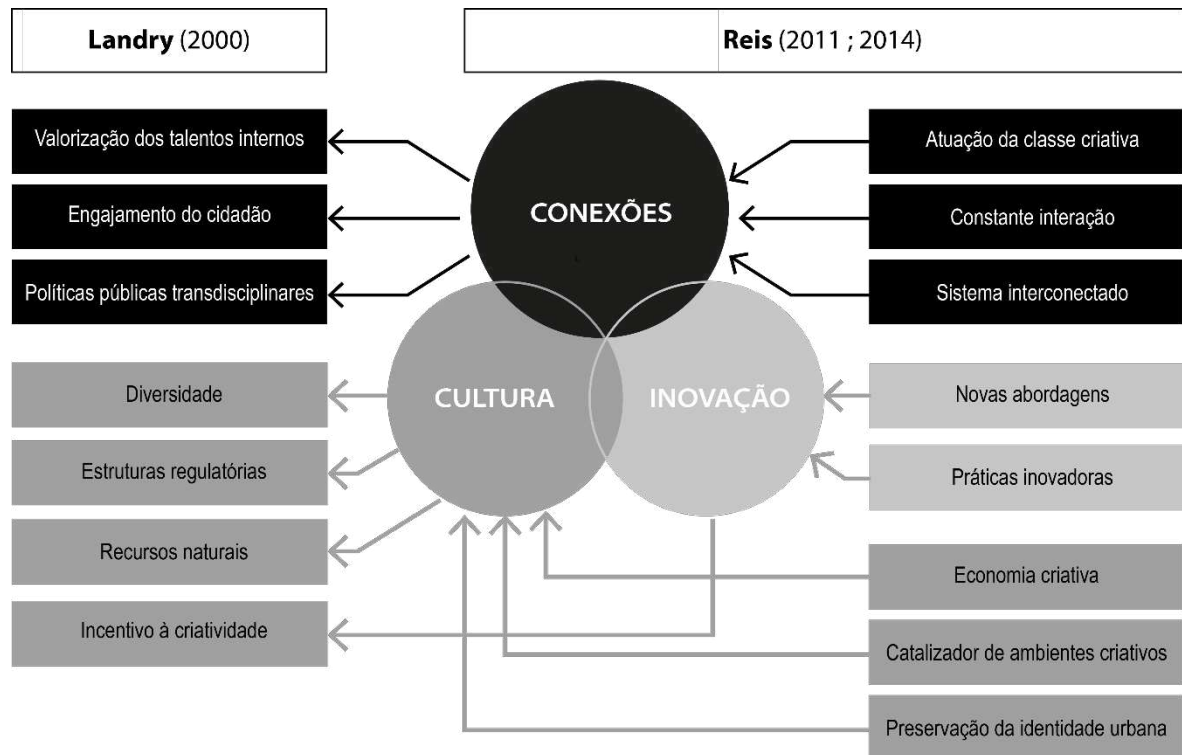
Cultura, a segunda característica essencial, atua como um catalisador para a criação de ambientes urbanos criativos e pulsantes. Reis (2011) argumenta que a cultura não só gera um ambiente criativo propício, mas também tem um impacto econômico significativo, ao mesmo tempo em que preserva a identidade e a singularidade histórica das cidades. Essa dualidade, em que cultura e economia se entrelaçam, é fundamental para a construção de uma cidade criativa, segundo a autora. Reis (2014) complementa essa visão, destacando que a cultura, ao articular valores simbólicos e resultados econômicos, cria as condições necessárias para o florescimento da economia criativa, que se alimenta das particularidades culturais e históricas de cada cidade. A economia criativa é, portanto, um aspecto importante do desenvolvimento urbano moderno, especialmente no Brasil, onde a diversidade cultural pode ser uma fonte significativa de inovação e de desenvolvimento econômico.

Por fim, as conexões são a terceira característica indispensável para a caracterização de uma cidade como criativa. Reis (2011; 2014) argumenta que uma cidade criativa deve ser vista como um sistema interconectado, onde diferentes partes da cidade – sejam bairros, setores econômicos ou grupos sociais – estão em constante interação. Essas conexões permitem que a cidade funcione de forma integrada, evitando a fragmentação e promovendo a coesão social. As conexões não ocorrem apenas entre áreas urbanas distintas, mas também entre o público e o privado, entre diversas culturas e entre diferentes níveis de poder aquisitivo. Criar conexões entre diferentes partes da cidade é fundamental para promover a inclusão social e garantir que todos os cidadãos tenham acesso às oportunidades geradas pela economia criativa.

Essas três características – inovação, cultura e conexões – são interdependentes e se reforçam mutuamente, criando as condições necessárias para o desenvolvimento de cidades criativas (Figura 6). Ao fomentar a inovação, valorizar a cultura e promover conexões entre diferentes agentes e áreas da cidade, é possível construir um ambiente urbano que seja funcional, dinâmico e inclusivo. A participação da classe criativa, conforme exposto por Florida (2002), é fundamental nesse processo, pois essa classe é responsável por impulsionar a inovação e a criatividade, já que promove, com base no autor citado, o desenvolvimento econômico e a transformação social a partir das conexões entre os diversos atores das políticas culturais. Desse modo, portanto, a presença e a atuação da classe criativa em uma cidade potencializam

as características apontadas, além de contribuir para a construção de um ambiente urbano que se adapta às mudanças e desafios a serem enfrentados.

**Figura 6 - Características de uma cidade criativa**



**Fonte:** autoria própria, com base em Landry (2000) e Reis (2011; 2014)

### 4.3 Práticas inclusivas em cidades criativas

A inclusão em cidades criativas é um tema complexo que envolve práticas urbanas, condições socioeconômicas e políticas culturais específicas. O conceito de cidade criativa, como já exposto, é fundamentado na capacidade de um ambiente urbano de atrair e fomentar a criatividade em diversas formas, promovendo um desenvolvimento econômico e cultural dinâmico. No entanto, a efetivação de uma cidade criativa inclusiva demanda uma análise crítica das práticas e condições que sustentam esse conceito, bem como dos desafios de gentrificação, desigualdade e exclusão que podem surgir nesse processo.

Práticas inclusivas urbanas são fundamentais para permitir que todos os segmentos da sociedade participem da vida cultural e econômica de uma cidade criativa. Sasaki (2010) argumenta que um ambiente inclusivo deve oferecer espaços e oportunidades que permitam a participação diversa na produção e consumo cultural. Contudo, a criação de tais espaços e oportunidades enfrenta desafios significativos. As barreiras estruturais, como a desigualdade econômica e a exclusão digital, podem continuar a limitar o acesso de comunidades marginalizadas. Embora iniciativas que promovam a arte e o design nas comunidades locais sejam importantes, é crucial considerar como essas barreiras impactam a eficácia dessas iniciativas (Sasaki, 2010).

Para ativar processos inclusivos em cidades criativas, é essencial um ambiente urbano que favoreça a participação comunitária e a colaboração entre diferentes setores. Healey (1997) discute a importância da governança colaborativa e da criação de plataformas participativas que integrem as vozes dos cidadãos nos processos decisórios. A participação ativa da comunidade em projetos urbanos e culturais, juntamente com a cooperação entre governo, academia e setor privado, pode facilitar a inclusão social e a inovação urbana. No entanto, é necessário estar atento às dinâmicas de poder e aos possíveis conflitos de interesse que podem surgir nessa colaboração. A eficácia da governança colaborativa pode ser comprometida se as necessidades das comunidades locais não forem adequadamente representadas ou se os interesses das elites econômicas dominarem as prioridades urbanas (Healey, 1997).

Uma cidade criativa inclusiva, conforme Sasaki (2010), é caracterizada por um ambiente que promove a inovação, a colaboração entre setores culturais e a participação ativa de seus cidadãos em processos criativos. Sasaki (2010) enfatiza que as práticas inclusivas urbanas são cruciais para o desenvolvimento de uma cidade criativa, pois garantem que todos os grupos sociais tenham acesso às oportunidades geradas por esse modelo de cidade. Esse processo inclui a promoção de políticas públicas que incentivem a participação cultural e a distribuição equitativa dos recursos econômicos e culturais. Sobre esse aspecto, o autor aponta seis elementos essenciais para os processos de práticas inclusivas urbanas (Quadro 2), baseado em Sasaki (2010) *apud* Menezes (2023):

**Quadro 2** – Elementos essenciais para uma cidade criativa inclusiva

ELEMENTO ESSENCIAL		DESCRIÇÃO
1	<b>Economia Criativa Inclusiva</b>	Sistema econômico urbano que permite não só a artistas e cientistas a liberdade de desenvolver suas ideias criativas, mas também possibilita que outros grupos se envolvam em produções inovadoras e adaptáveis, no enfrentamento de desafios do mercado globalizado.
2	<b>Infraestrutura para o Fomento da Criatividade</b>	Presença de universidades, centros de pesquisa e escolas técnicas que incentivem a criatividade nas artes e ciências. Além disso, é crucial contar com instalações culturais, como teatros, livrarias, organizações sem fins lucrativos e uma rede social que apoie indivíduos e atividades criativas.
3	<b>Harmonia entre Indústria e Cultura</b>	Necessidade de um desenvolvimento equilibrado entre o setor industrial e a vida cultural, na promoção de novas indústrias nas áreas de bem-estar, saúde e arte, com uma produção e consumo que se complementem de forma harmoniosa.
4	<b>Planejamento Urbano Estético e Funcional</b>	A cidade deve ser capaz de definir onde ocorrem a produção e o consumo e onde se preserva o ambiente urbano. Essencialmente, ter espaços urbanos bem planejados e esteticamente agradáveis para estimular a criatividade e a sensibilidade dos cidadãos.
5	<b>Mecanismos de Participação Social</b>	A cidade precisa de estruturas que promovam a participação ativa da sociedade, no sentido de garantir a criatividade e a flexibilidade dos cidadãos.
6	<b>Gestão Financeira para a Criatividade</b>	Deve haver uma equipe qualificada dedicada à administração das questões financeiras relacionadas ao incentivo da criatividade.

**Fonte:** Autoria própria, baseado em Sasaki (2010) *apud* Menezes (2023).

Outro ponto importante a considerar nessa discussão é que a implementação de cidades criativas pode inadvertidamente levar à gentrificação e à exclusão social, fenômenos críticos discutidos por Reis (2011) e Sasaki (2010). A gentrificação refere-se ao processo pelo qual áreas urbanas degradadas são renovadas, resultando em uma valorização imobiliária que frequentemente expulsa moradores de baixa renda em favor de uma classe média ou alta (Reis, 2011). Esse fenômeno pode gerar uma forma de exclusão, em que os benefícios da cidade criativa são desproporcionalmente aproveitados por segmentos mais abastados da população, deixando os menos favorecidos em condições precárias ou deslocados.

Para mitigar esses efeitos, Reis (2011) afirma que é essencial que as políticas de cidades criativas incluam medidas específicas para a inclusão social e econômica. A autora ainda sugere a necessidade de políticas públicas que promovam o acesso a atividades culturais e educativas, além de investimentos em infraestrutura

que atendam às necessidades das comunidades marginalizadas. Outro aspecto, apontado por Florida (2002) e Landry (2000), é a capacitação das novas gerações a partir de competências criativas como elemento fundamental para a participação na economia criativa. No entanto, é necessário investigar as disparidades no acesso à educação criativa e os desafios enfrentados por populações de baixa renda ou em áreas periféricas. Desse modo, a exclusão educacional pode limitar o impacto das iniciativas criativas na perpetuação de desigualdades (Florida, 2002; Landry, 2000).

Sobre esse aspecto, as medidas apontadas por Reis (2011) podem incluir programas de capacitação e apoio a pequenos empreendedores criativos em áreas desfavorecidas e marginalizadas, garantindo que a economia criativa beneficie uma parcela mais ampla da população. Além disso, a colaboração entre setores governamentais, privados e da sociedade civil é vital para o sucesso de uma cidade criativa inclusiva. Essa colaboração deve focar na criação de redes de suporte que incentivem a participação de diversos atores no desenvolvimento urbano, desde os formuladores de políticas aos integrantes da classe criativa, e até os próprios cidadãos, estes como público-alvo final das ações das políticas formuladas.

#### **4.4 Participação social e inclusiva dos designers no contexto das cidades criativas: oportunidades e desafios**

A participação social é um conceito que envolve o engajamento dos cidadãos nos processos de tomada de decisão com o objetivo de influenciar políticas públicas que impactam diretamente em suas vidas. De acordo com Simoes e Simoes (2015), existe, porém, uma heterogeneidade conceitual encontrada na literatura existente, referenciada por diferentes termos, como inclusão social, participação cidadã, participação popular, e que demonstra a diversidade de práticas e nomenclaturas. A ideia de participação que mais se adequa à dimensão retratada na presente pesquisa é a de que, para resolver problemas coletivos na promoção do bem comum, setores diversos da sociedade se organizam de forma responsável (Montoro, 1992 *apud* Simoes e Simoes, 2015) e somente existe a concretização dessa participação quando os diferentes atores são efetivamente incluídos nos processos decisórios que lhes dizem respeito, em nível social, político, cultural e econômico (Alves, 2013 *apud* Simoes e Simoes, 2015).

Outro conceito que também se relaciona à temática da presente pesquisa é o de “organizar inclusivo”, tratado por Menezes (2023). O autor trata o “organizar inclusivo” como um processo dinâmico e colaborativo que visa integrar os espaços marginalizados de uma cidade criativa por meio do desenvolvimento da economia criativa. Essa integração ocorre através da atuação conjunta de diversos atores sociais, com a intenção de construir uma cidade mais justa e igualitária. Ele destaca ainda a importância de conectar os planos de desenvolvimento urbano com as iniciativas culturais, na promoção de uma abordagem holística que beneficie toda a população.

Menezes (2023) afirma, desse modo, que o organizar inclusivo enfatiza a importância da participação ativa de diferentes atores sociais, incluindo os habitantes de áreas marginalizadas, na tomada de decisões e na construção conjunta de soluções para os desafios da cidade, o que se relaciona com o exposto por Simoes e Simoes (2015), em que a participação social é caracterizada pelo envolvimento ativo e deliberativo dos cidadãos, sendo um mecanismo fundamental para a redistribuição de poder e para a promoção de um planejamento urbano mais inclusivo.

No contexto das cidades criativas, sobretudo as que são chanceladas com o campo do Design, a participação social assume uma importância estratégica, uma vez que as soluções inovadoras e criativas para os problemas urbanos frequentemente dependem de uma colaboração ativa entre diferentes atores da sociedade, o que inclui, nesse caso, designers, gestores públicos e a população.

No âmbito das cidades criativas, o papel dos designers é central para integrar a participação social ao planejamento urbano. Nascimento (2012) explora essa relação, em que destaca que o design aplicado ao território permite que velhos problemas urbanos sejam solucionados por meio de abordagens inovadoras e participativas. Ela aponta que, ao projetar para a cidade, o designer não atua isoladamente, mas em colaboração com outros agentes, como a comunidade local e o setor público. Esse processo de cocriação fortalece o tecido urbano e promove a valorização cultural e econômica dos territórios (Nascimento, 2012).

Entretanto, um dos desafios enfrentados pelos designers no contexto das cidades criativas é a falta de integração e diálogo contínuo entre os diferentes setores envolvidos no processo. Daros (2018) reforça essa ideia ao discutir a importância de plataformas que auxiliem os gestores públicos a incorporar o design e a inovação no fortalecimento das cidades criativas. Sua pesquisa sobre a criação de uma plataforma de diagnóstico em cidades criativas do Design a exemplo de Curitiba mostra que,

embora haja um grande potencial de desenvolvimento por meio da criatividade e do design, os gestores muitas vezes carecem de ferramentas e indicadores que permitam avaliar e promover a participação efetiva dos designers nos processos decisórios (Daros, 2018).

A contribuição dos designers para as cidades criativas, portanto, reside na capacidade de articular soluções que vão além do estético, na integração de aspectos sociais, econômicos e culturais no planejamento urbano. Ao mesmo tempo, o principal desafio enfrentado é a necessidade de estabelecer mecanismos de colaboração que permitam uma participação social mais efetiva e contínua. Nascimento (2012) observa que, sem essa articulação entre as partes interessadas, o design corre o risco de se tornar apenas mais um instrumento de marketing urbano, sem gerar transformações profundas nas cidades e na vida de seus cidadãos.

Dessa forma, os estudos de Nascimento (2012) e Daros (2018) convergem ao apontar que, embora o design tenha um papel transformador nas cidades criativas, sua eficácia depende da criação de plataformas e canais de diálogo que integrem a participação social de maneira significativa. A superação desses desafios passa pela ampliação de espaços de cocriação e pela adoção de ferramentas que possibilitem uma gestão mais eficiente e inclusiva do design nas cidades.

Outras pesquisas sobre a atuação dos designers em cidades criativas revelam uma conexão essencial entre design, inovação urbana e sustentabilidade. No estudo de Han *et al* (2024), enfatiza-se a função dos designers como facilitadores de mudanças nas cidades, especialmente em eventos temáticos, como as semanas de design. Essas iniciativas não só incentivam a inovação local, mas também permitem a aplicação de modelos de transformação urbana que priorizam a colaboração e a inclusão cultural, além de fomentar o desenvolvimento industrial da região. Os autores sugerem três modelos de inovação local: a transformação metropolitana, que se concentra na reestruturação de grandes áreas urbanas; a comunhão cultural inclusiva, que promove a diversidade e a participação da sociedade, e a colaboração em clusters<sup>21</sup>, que reúne distintos setores e criadores em empreendimentos coletivos (Han *et al*, 2024). Sobre esse último, observa-se o fato de que Fortaleza, como Cidade Criativa do Design, já possui um distrito criativo como parte integrante das ações de sua chancela.

---

21 Vide nota 18.

A principal contribuição do estudo de Han *et al* (2024) é a maneira como o design, em um contexto urbano, pode ser usado como uma ferramenta estratégica para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas, um dos requisitos fundamentais para esse organismo considerar uma cidade como criativa. Os eventos de design são plataformas que reúnem diferentes agentes da cidade e estimulam o diálogo entre inovação cultural e desenvolvimento econômico. Contudo, os autores também apontam dificuldades, visto que há a necessidade de aperfeiçoar os métodos de avaliação das iniciativas de design para obter dados quantitativos sobre o impacto dessas ações no longo prazo (Han *et al*, 2024).

Iniciativas integrativas a partir de eventos como as semanas de design, citadas por Han *et al* (2013), por exemplo, são uma oportunidade para que os profissionais designers participem do compartilhamento de conhecimento, desenvolvam e exponham soluções inovadoras e sustentáveis, ao mesmo tempo em que promovem a inclusão social e cultural. No entanto, os desafios que envolvem esse cenário, tais como a necessidade de um reconhecimento institucional maior e a criação de métodos de avaliação eficientes, indicam a necessidade de um aprofundamento nas políticas de governança cultural que envolvam esses profissionais em um nível mais estratégico.

No âmbito territorial de Fortaleza, em específico, o design tem sido utilizado como uma ferramenta estratégica para revitalizar áreas urbanas degradadas, como o bairro Praia de Iracema, por meio do projeto do Distrito Criativo (Figura 4), como descrito em Menezes (2023). De acordo com Pinheiro *et al* (2023) esse projeto busca, em sua origem, integrar a população local em atividades econômicas criativas, na expectativa de promover a inclusão social e o desenvolvimento urbano sustentável. Porém, segundo esse autor, um dos entraves enfrentados pelos designers em Fortaleza é a inconstância na manutenção das redes colaborativas e no apoio continuado do poder público, elementos que seriam essenciais para garantir o sucesso de longo prazo dessas iniciativas (Pinheiro *et al*, 2023).

## **5. AVALIAÇÃO EM PROFUNDIDADE: UMA PERSPECTIVA TEÓRICO-METODOLÓGICA**

### **5.1 O fenômeno analítico-científico em políticas públicas**

De acordo com Souza (2006), as políticas públicas são caracterizadas pela diversidade de agentes e recursos que intervêm em seu cumprimento, dentre eles o governo, que atua como uma entidade que tem como função-objetivo a maximização do benefício público. Souza (2006) ainda afirma que as políticas públicas são um marco processual que permite a especificação das intenções ou dos objetivos que se deseja alcançar com a agenda pública. Nesse sentido, as políticas públicas, segundo o autor, são permeadas por uma questão conflituosa de poder, de quem "engloba" quem. Como a administração deve possuir um conceito de equilíbrio nessa disputa, as políticas públicas podem, por vezes, enfrentar diferentes problemas. Ao considerar seus processos comunicacionais, algumas problemáticas são elencadas, tais como a formulação de políticas sem conversas sobre possibilidades ou sem um projeto claro de execução, entre outros (Souza, 2006), e que ativam processos de exclusão, sobretudo dos atores alvos das ações da política.

Complementarmente, Parada (2006) sustenta que as políticas públicas precisam ser enquadradas em um amplo processo de participação, que deve incluir, obviamente, a população, como ator alvo de suas ações, principalmente em seu processo de elaboração. Segundo esse autor, se esse importante aspecto não for considerado, corre-se o risco de enviesamento político durante a formulação da política pública, o que pode, inclusive, dar um possível direcionamento de ordem populista da própria política elaborada (Parada, 2006).

Do ponto de vista analítico da política pública, Saravia (2006) assevera que, no final do século XIX e início do século XX, existiam algumas visões distintas para a análise das realidades estatais, tendo por base a perspectiva filosófica, jurídica e das ciências administrativas. Metodologicamente, as visões antropológica e psicológica também eram consideradas como alternativas analíticas. Entretanto, embora cada uma delas tenha sido adotada em seu tempo específico na história, até a Segunda Guerra Mundial a visão analítica das estatais que prevalecia era eminentemente a da perspectiva jurídica. Contudo, essa visão jurídica hegemônica dava lugar à das ciências administrativas ou organizacionais, sobretudo a partir dos Estados Unidos,

no princípio do século XX, e desenvolvendo-se no restante do mundo a partir dos anos 1960 (Saravia, 2006).

Desse modo, o surgimento de novas abordagens analíticas com o propósito de avaliar com mais assertividade e com uma aproximação mais precisa da realidade, se apresenta como uma necessidade premente nos contextos urbanos modernos onde as políticas públicas são aplicadas. No que diz respeito a processos avaliativos de políticas públicas, muitos pesquisadores, em grande medida, ainda adotam o modelo hegemônico do paradigma positivista em suas investigações qualitativas, conforme aponta Cruz (2019). Na compreensão de Gussi (2008), faz-se necessário romper com esse modelo paradigmático vigente, no sentido de incorporar, com mais importância, aspectos subjetivos que estão subjacentes nas análises das políticas estudadas e são fundamentais para um conhecimento mais acurado dos efeitos da política em seu público-alvo.

## **5.2 A Avaliação em Profundidade e seus eixos analíticos**

A avaliação em profundidade, a partir do processo metodológico proposto por Rodrigues (2011), é uma das novas abordagens que valoriza a subjetividade por meio de uma lente teórica sem, no entanto, desconsiderar dados e informações de cunho objetivo, também essenciais para o processo avaliativo. É uma abordagem teórico-metodológica contra hegemônica que, de certo modo, vai além dos modelos vigentes os quais consideram como prioridade apenas se os objetivos da política foram alcançados nos aspectos da eficácia, da efetividade e da eficiência.

A avaliação em profundidade de políticas públicas, sobretudo as de caráter social, envolve uma análise detalhada e crítica das ações governamentais voltadas para a promoção do bem-estar social e da melhoria das condições de vida da população em um processo inclusivo de outros elementos importantes para a avaliação da política. Esse processo é importante para garantir que as políticas estejam cumprindo seus objetivos e beneficiando adequadamente a população-alvo. Rodrigues (2011) aponta que os principais passos e componentes de uma avaliação em profundidade das políticas sociais se desdobram em quatro eixos analíticos (Figura 7):

**Figura 7** - Eixos analíticos da avaliação em profundidade



**Fonte:** Autoria própria.

Em seu texto, a autora ressalta que esses eixos apontam para uma metodologia aberta e dinâmica, de algo sempre em construção, uma vez que analisam o contexto social, econômico, político e cultural no qual a política foi implementada, para além da relação entre os recursos alocados e os resultados alcançados a fim de avaliar somente a eficácia, a eficiência e a efetividade da política. Assim, de acordo com o compreendido em Rodrigues (2011), a avaliação em profundidade visa analisar a promoção de uma política de equidade, que garanta igualdade de acesso e oportunidades para todos os beneficiários, especialmente os grupos mais vulneráveis. Ela enfatiza ainda que, após o levantamento inicial da teoria para embasar a ideia da avaliação em profundidade, utiliza-se como base o resultado de pesquisas realizadas e em andamento para, assim, articular a formulação teórica com a prática de pesquisa.

A realização de uma avaliação em profundidade envolve a investigação detalhada e abrangente de um determinado assunto, tema ou fenômeno. Essa abordagem metodológica busca compreender suas complexidades, nuances e interconexões de maneira abrangente, em que se inclui a busca de significados, seja para aqueles que formulam, que executam ou os que vivenciam a política pública. A sua perspectiva tem de ser extensa, detalhada, ampla e multidimensional, no que é necessário examinar tópicos, situação ou objeto de estudo de maneira abrangente, com uma perspectiva multi e interdisciplinar, por meio de um olhar que ultrapasse a

análise do cumprimento de metas e de abordagens interpretativas meramente objetivas.

Em uma primeira sistematização acerca das perspectivas necessárias para uma avaliação em profundidade de políticas públicas, Rodrigues (2011) introduziu a necessidade de um olhar estruturado para os quatro eixos citados, porém pormenorizados a seguir e interrelacionados com a presente pesquisa sobre Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco, a partir da documentação coletada e necessária para o processo analítico (Quadro 3).

**Quadro 3** – Síntese dos eixos sistemáticos da Avaliação em Profundidade

<b>EIXO SISTEMÁTICO</b>	<b>DO QUE TRATA?</b>	<b>QUAL SEU OBJETIVO?</b>	<b>RELAÇÃO DOCUMENTAL</b>
<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO</b>	Reúne documentos relevantes relacionados às políticas sociais, como leis, regulamentos, relatórios e outros materiais pertinentes.	Avaliar o impacto das políticas sociais em termos de abordagem, resultados, eficácia, eficiência e equidade, usando métricas adequadas.	Dossiê da Candidatura da Chancela (2018)  Relatório do Fortaleza 2040 (2019)  Relatório de Renovação da Chancela (2022)
<b>ANÁLISE DE CONTEXTO</b>	Compreende o ambiente social, econômico, político e cultural em que as políticas sociais são implementadas, considerando fatores históricos e demográficos.	Entender as intenções e o impacto das políticas no contexto específico, avaliando as mudanças provocadas por sua implementação.	
<b>TRAJETÓRIA INSTITUCIONAL DE UM PROGRAMA</b>	Reúne fases e marcos da evolução das políticas, incluindo legislações, criação de órgãos e reformas, considerando influências históricas e sociais.	Analisar a eficácia e o impacto das políticas em cada fase, identificando resistências e como foram enfrentadas ao longo do tempo.	
<b>ESPECTRO TEMPORAL-TERRITORIAL</b>	Reúne informações sobre a evolução das políticas ao longo do tempo, analisando tendências e mudanças em diferentes áreas geográficas.	Avaliar a eficácia, eficiência e equidade das políticas ao longo do tempo e em diferentes regiões, destacando disparidades e melhorias.	

**Fonte:** Autoria própria, com base em Rodrigues (2011)

A **análise de conteúdo** é um processo que reúne uma ampla gama de documentos relevantes relacionados às políticas sociais, incluindo leis, regulamentos, relatórios governamentais, discursos de políticos, estudos acadêmicos, entrevistas,

mídia e outras fontes pertinentes. O intuito é avaliar o impacto das políticas, com base no exame das abordagens, resultados, eficácia, eficiência e equidade, em que se consideram também indicadores de desempenho e métricas relevantes (Rodrigues, 2011). A partir de Gussi (2018), complementa-se que o avaliador não deve ater-se somente ao aspecto normativo quando da consulta aos marcos e documentos legais e às suas modificações ao longo do tempo, mas considerar, principalmente, os conceitos contidos neles, visto que são norteados por atores-chave em um determinado momento político no ato de formulação das políticas, que, naturalmente, são envoltos por embates, conflitos e disputas.

Esses aspectos apontados por Gussi (2018), na presente pesquisa, são extraídos a partir do Relatório de Renovação da Chancela (2022), visto que o documento fornece subsídios para analisar, especialmente, os conceitos subjacentes advindos da criação da política, bem como seus resultados no primeiro quadriênio de concessão.

A **análise de contexto** compreende a conjuntura social, econômica, política e cultural em que as políticas estão sendo implementadas. Essa dimensão considera fatores históricos, demográficos, geográficos e socioeconômicos, a partir da análise dos objetivos e metas das políticas para compreender suas intenções e a repercussão desejada no contexto específico em que estão sendo aplicadas. Ao estudar o resultado dessas políticas no seu contexto específico, considera-se as mudanças que ocorreram devido à implementação das políticas a partir da análise de indicadores de impacto social, econômico e cultural (Rodrigues, 2011).

A esse eixo contextual se relaciona o Dossiê da Candidatura da Chancela (2018), do qual se extraem as motivações, justificativas e argumentações sobre por que Fortaleza deveria ser considerada uma cidade criativa. Outra fonte importante é a Revista Observatório de Fortaleza VI (2018), que traz alguns indicadores importantes da realidade anterior à concessão da chancela, sobretudo no cenário de atuação profissional do designer na capital cearense, o que serve como ponto de referência para a compreensão do contexto recente. Nesse sentido, a tese de doutorado de Menezes (2023), estudada nos capítulos anteriores, também forneceu informações importantes no que diz respeito ao processo de organização da cidade, por meio de atores institucionais, para a transformação de Fortaleza em uma cidade criativa, partícipe de uma rede mundial colaborativa, o que ajudou a compreender o ambiente e as circunstâncias desse processo organizativo.

**A trajetória institucional de um programa** é a dimensão que reúne as principais fases e marcos da evolução da política estudada ao longo do tempo e inclui legislações importantes, criação de órgãos, reformas significativas e mudanças de paradigmas, bem como as mudanças políticas, sociais e econômicas que influenciaram a elaboração, implementação e modificação dessas políticas ao longo do tempo. Considera eventos históricos, eleições, movimentos sociais e mudanças demográficas, influências e interações ao longo do tempo. Na avaliação, a partir dessa dimensão, a eficácia e o impacto das políticas em cada fase da trajetória institucional são considerados, além de indicadores de desempenho, análises de custo-benefício e feedback dos beneficiários. Faz-se importante analisar as resistências políticas, sociais ou econômicas que as políticas enfrentaram ao longo da trajetória institucional e como essas resistências foram abordadas (Rodrigues, 2011).

A trajetória institucional das políticas também deve ser observada, segundo Gussi (2018), dentro das esferas governamentais, associadas às diferentes agendas do Estado, nos governos federal, estadual e, no caso desta pesquisa, aquelas que alcançam o governo municipal, no intuito de perceber a sua historicidade no ambiente institucional no qual elas foram formuladas e aplicadas. Nessa observação, considera-se como as políticas foram percebidas pelos diversos atores dessas diferentes esferas institucionais e como os conceitos iniciais foram sendo modificados e rearranjados por eles à luz das especificidades locais (Gussi, 2018). Para a análise, a partir desse eixo, dos aspectos referentes à historicidade do ambiente institucional e como os atores perceberam a implementação e suas mudanças ao longo do tempo da política, o Relatório de Renovação da Chancela (2022) fornece subsídios importantes para a compreensão desses fenômenos.

O **espectro temporal-territorial** reúne informações históricas sobre a evolução das políticas ao longo do período selecionado, na análise de como as políticas sociais evoluíram ao longo do tempo, de modo a identificar tendências, mudanças de paradigma, reformas significativas e os fatores que as impulsionaram. O avaliador busca perceber a eficácia, eficiência e equidade dessas políticas em diferentes períodos, no reconhecimento de melhorias, retrocessos e padrões de mudança em diferentes áreas geográficas, além de apontar disparidades e fatores que as influenciam. Comunica os resultados da avaliação, com destaque para as análises temporais e territoriais e suas implicações nas políticas. Por fim, recomenda proposições baseadas nos achados, em que considera tanto a dimensão temporal

quanto a territorial, ao mesmo tempo em que fornece uma visão abrangente e contextualizada da evolução e implementação dessas políticas (Rodrigues, 2011). O Relatório de Renovação da Chancela (2022) contempla a historicidade e a trajetória institucional ao longo do tempo, além das implicações no território onde as ações foram implementadas.

Gussi (2018) observa que é necessário incorporar todos os elementos elencados nas outras dimensões no território em um tempo específico em que as políticas são implementadas e buscar indicadores que irão revelar os conceitos, os conflitos, embates e disputas, bem como as formas como os atores ressignificam a política em seus espaços culturais. Ele afirma que, a priori, embora seja possível que não existam indicadores específicos para aquela política estudada, na realidade da avaliação em profundidade, eles são construídos no seu ambiente espacial e temporal, por meio do qual revelam como a política se instaura de forma específica naquele tempo e espaço.

Indicadores novos, identificados no âmbito da avaliação em profundidade quando do estudo da política, podem exercer papel avaliativo, mesmo que não tenham sido previstos na formulação da política, de acordo com Gussi (2018). Nesse caso, adota-se um posicionamento essencialmente de teor qualitativo, ao invés de uma postura tradicionalmente normativa e positivista, ou seja, de uma visão tecnicista que se limite a apenas uma checagem de itens atendidos ou não atendidos dos objetivos da política. Gussi (2018), aponta ainda que a postura do avaliador deve estar direcionada no sentido de pensar e identificar “marcos emancipatórios”, com vistas a uma nova epistemologia a partir do aperfeiçoamento da política, à luz da experiência de suas ações na vida das pessoas.

Portanto, a avaliação em profundidade é uma abordagem relevante para a compreensão holística de fenômenos complexos, mas é importante reconhecer e enfrentar os desafios e limitações inerentes a ela. Conforme o próprio pensamento de Lejano (2006 *apud* Rodrigues, 2011), a experiência com a política a ser avaliada/estudada é um item fundamental e determinante para resultados mais assertivos. Desse modo, é importante apoiar-se sobre resultados já vivenciados e validados por outros pesquisadores nas produções acadêmicas que versam sobre a temática a ser abordada.

## 6. O PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo, é apresentada a trajetória metodológica do estudo, permeada pela relação epistemológica da avaliação em profundidade com a temática abordada. Abordam-se a natureza da pesquisa, os instrumentos de coleta de evidências, bem como seus respectivos procedimentos de análise, estes, com base nos eixos analíticos daquela perspectiva teórico-metodológica.

### 6.1 A natureza do estudo

O desenvolvimento deste estudo se valeu de uma abordagem de natureza qualitativa, visto que a compreensão dos conceitos que fundamentam o que significa ser uma cidade criativa e sua relação com o desenvolvimento da economia criativa das urbes jazem subjacentes às práticas e percepções dos atores envolvidos, direta ou indiretamente, e incluídos ou não nesse processo. Para tanto, fez-se necessário, para além da investigação desses conceitos por parte de uma literatura acadêmica já consolidada, também uma análise da documentação técnica relativa ao campo estudado.

Esta pesquisa qualitativa, de caráter eminentemente exploratório, foi realizada por meio de um levantamento bibliográfico da literatura acadêmica que versa sobre a temática, de modo a subsidiar a análise do respectivo conteúdo (Gil, 2017). A pesquisa exploratória, nesse caso, é a que mais se adequa como estratégia para o alcance dos objetivos deste trabalho, pois, conforme explana Gil (2017):

As pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Seu planejamento tende a ser bastante flexível, pois interessa considerar os mais variados aspectos relativos ao fato ou fenômeno estudado. (Gil, 2017, p.33).

Para a realização de um levantamento bibliográfico mais amplo da temática, na perspectiva de se compreender e analisar o estado da arte, utilizou-se a base teórica coletada por meio do Portal de Busca Integrada da Universidade de São Paulo (USP), bem como a base de publicações da plataforma Google Acadêmico (Google Scholar), além de outras bases consolidadas, como a Scielo, Web of Science, Scopus, plataforma Sucupira, o Banco Digital de Teses e Dissertações, além de livros

autorais e outras fontes da World Wide Web (WWW), como documentos técnicos coletados de portais institucionais, documentários e palestras em vídeo publicadas na plataforma YouTube.

Esse levantamento considerou a busca de produções realizadas em nível nacional e também internacionalmente, e, como estratégia de busca, foram utilizadas palavras-chave como “cidades criativas”, “design”, “Unesco” e “avaliação de políticas públicas”. Os achados da pesquisa tiveram como localização temporal a seleção de trabalhos, em sua grande maioria, realizados, preferencialmente, a partir de 2019, ou seja, no intervalo dos últimos cinco anos. Entretanto, produções mais antigas também foram utilizadas, sobretudo as que continham os conceitos basilares sobre as categorias abordadas no corrente trabalho.

Assim, como resultado da busca a partir desses critérios e após uma etapa de seleção do *corpus* bibliográfico de trabalho, foram elencadas 47 publicações como fontes primárias, que versam sobre a temática estudada, dos quais 30 artigos, publicados em plataformas, periódicos e em congressos; seis dissertações; quatro teses de doutorado e quatro livros autorais. Além desses, foram consultadas três publicações técnicas (relatórios, dossiês, informativos institucionais), mencionados no capítulo anterior (Tabela 5), e quatro palestras em vídeo publicadas na plataforma Youtube.

## **6.2 Os instrumentos de coleta de evidências**

Os instrumentos de coleta de evidências são essenciais no campo das pesquisas científicas, pois possibilitam a obtenção de dados que sustentam a análise e as conclusões. Gil (2017) destaca que a seleção adequada do instrumento depende da natureza do fenômeno investigado e dos objetivos da pesquisa. Entre os instrumentos mais utilizados estão questionários, entrevistas, observações e análise documental (Lakatos; Marconi, 2017). Cada um desses instrumentos apresenta características específicas que os tornam adequados para diferentes tipos de investigação.

O método de entrevista semiestruturada é frequentemente empregado em estudos qualitativos. De acordo com Triviños (1987), essa modalidade de entrevista possibilita a mescla de questões fechadas e abertas, oferecendo flexibilidade ao investigador. Ela proporciona uma estrutura inicial, mas também permite que o

entrevistado manifeste suas opiniões de maneira independente. Este tipo de ferramenta é eficiente na coleta de informações mais detalhadas e possibilita a análise de elementos subjetivos que podem não aparecer em questionários fechados.

No contexto da entrevista semiestruturada, as perguntas formuladas no questionário a ser perguntado, conforme Vieira (2009) explica, devem ser meticulosamente elaboradas para assegurar a uniformidade dos dados recolhidos e reduzir os erros nas respostas. A sua função principal é converter as metas do estudo em um conjunto de questões específicas, apropriadas ao público-alvo. As questões podem ser identificadas como abertas ou fechadas. No entanto, para o presente estudo, de caráter eminentemente qualitativo, as perguntas abertas são as mais adequadas, visto que não propõem respostas prontas e permitem observar diferentes visões sobre o mesmo objeto ou tema a ser questionado.

A análise documental, segundo Bardin (2011), consiste na investigação de documentos que já foram produzidos com outros fins, como relatórios, atas, leis ou registros históricos. Esse instrumento é especialmente relevante em pesquisas que buscam compreender processos históricos, institucionais ou organizacionais, fornecendo dados que não estão diretamente acessíveis por meio de outros métodos. A análise de documentos permite uma abordagem minuciosa e crítica, sendo útil para a triangulação com outros dados coletados na pesquisa. É uma abordagem que, inclusive, harmoniza com os eixos analíticos de conteúdo e contexto da avaliação em profundidade proposta para este estudo, nos moldes apontados por Rodrigues (2011) e Gussi (2018).

A análise de conteúdo das entrevistas semiestruturadas, de acordo com Bardin (2011), possui uma complexidade maior e, em alguns casos, determinados softwares não conseguem tratá-las com maior precisão, visto que fatores importantes, para além das palavras ditas pelo entrevistado, devem ser considerados e, portanto, não são captados pelo referido programa. Uma pausa longa na fala, por exemplo, pode transmitir um sentimento que revela um aspecto não percebido e que poderá ser considerado na análise. Em suma, o objetivo é conhecer o que está velado no discurso e perceber além do que é explanado na entrevista (Bardin, 2011).

No contexto específico de estudos sobre as ações da chancela de Cidade Criativa do Design e a participação dos designers na economia criativa de Fortaleza, a análise documental e a entrevista semiestruturada possuem um papel central. Na pesquisa, ambos os instrumentos são empregados para examinar a implementação

dessa política, no sentido de permitir uma compreensão mais assertiva das percepções dos atores envolvidos e das diretrizes institucionais estabelecidas a partir da documentação consultada. A articulação de diferentes fontes de evidências contribui para a análise e, sequencialmente, para a compreensão holística dos impactos dessa política pública, fornecendo, portanto, uma base mais sólida para as conclusões.

Os perfis para a realização das entrevistas semiestruturadas desta pesquisa são divididos em dois grupos específicos: o grupo 1, relativo a três gestores de entidades públicas ou privadas que se envolveram diretamente na gestão e implementação das políticas públicas voltadas para o design e a economia criativa em Fortaleza-CE, e o grupo 2, formado por seis profissionais designers com atuação na esfera privada e na pública. Os dois grupos totalizaram 9 entrevistados, com seus respectivos identificadores, relacionados a seguir (Quadro 4):

**Quadro 4 – Perfis para a entrevista semiestruturada**

PERFIL		ATORES	IDENTIFICADOR
<b>GRUPO 1</b>	<b>3 Gestores</b>	Pessoas envolvidas na gestão e na implementação de políticas públicas voltadas para o design, no contexto da chancela	E1
			E2
			E9
<b>GRUPO 2</b>	<b>6 Designers</b>	Profissionais que atuam no setor privado e no serviço público em Fortaleza-CE	E3
			E4
			E5
			E6
			E7
			E8

**Fonte:** Autoria própria.

No apêndice desta pesquisa encontra-se o roteiro temático para entrevista com os atores selecionados dos grupos 1 e 2, conforme já descrito na Tabela 6. O roteiro se divide em cinco blocos, a saber: I. Perfil do entrevistado; II. Percepção e compreensão do conceito de cidade criativa; III. Atuação do designer em cidades criativas; IV. Desafios e perspectivas futuras; V. Considerações finais.

O primeiro bloco (I. **Perfil do entrevistado**), trata da identificação do entrevistado, composta de: nome completo, idade, formação, área de atuação e tempo

de atividade profissional. No segundo bloco (II. **Percepção e compreensão do conceito de cidade criativa**), o objetivo é levantar como o entrevistado percebe e compreende o conceito de cidade criativa, de acordo com sua visão pessoal. O terceiro bloco (III. **Atuação do designer em cidades criativas**) aborda a relação do profissional designer com o contexto de Fortaleza como cidade criativa do design da Unesco. O quarto bloco (IV. **Desafios e perspectivas futuras**) visa identificar os desafios e as perspectivas futuras da atividade do profissional designer no contexto de uma cidade criativa do Design. Por fim, o quinto e último bloco (V. **Considerações finais**) visa realizar um fechamento da entrevista com tópicos livres acrescentados por parte do entrevistado ou sugeridos pelo entrevistador, surgidos a partir da própria entrevista.

No que diz respeito à faixa etária, heterogeneidade racial, formação e ocupação, nesta pesquisa, os entrevistados se apresentam da seguinte forma:

- **Faixa etária:** os entrevistados possuem entre 28 e 69 anos de idade.
- **Gênero:** três entrevistados se identificam com o gênero feminino e seis se identificam com o gênero masculino.
- **Raça:** quatro entrevistados se consideram brancos, dois se consideram pardos e três se consideram negros.
- **Formação<sup>22</sup>:**
  - ✓ Arquitetura e Urbanismo (graduação): dois entrevistados
  - ✓ Design / Design de Interiores (graduação ou bacharelado): quatro entrevistados
  - ✓ Sociologia (graduação e mestrado): um entrevistado
  - ✓ Publicidade e Propaganda (graduação): dois entrevistados

### 6.3 Aplicação e tratamento das entrevistas

As entrevistas foram realizadas, conforme a disponibilidade dos participantes, algumas de forma presencial, outras de forma virtual. O modo presencial foi utilizado na maioria dos casos, com sete entrevistados, e somente com três

---

22 Alguns profissionais entrevistados, apesar de possuírem graduação em outras áreas, como Arquitetura e Urbanismo e Publicidade e Propaganda, têm como atuação profissional principal a área do Design.

entrevistados ocorreram no modo virtual (on-line) para o qual foi utilizada a plataforma Google Meet.

Operacionalmente, todas as entrevistas foram gravadas, utilizando-se, no caso das presenciais, um aparelho smartphone com aplicativo de gravação nativo em sistema Android<sup>23</sup>. A captação do áudio foi realizada por meio de microfones de lapela, de modo a minimizar a interferência de outros sons ambientes, e, portanto, reduzir possíveis distorções no áudio captado de modo a promover uma melhor qualidade de transcrição. Nas entrevistas on-line, gravadas e armazenadas em nuvem, foi necessário realizar a conversão do formato original .MP4 (vídeo), para o formato .MP3 (áudio), para a realização da etapa de transcrição textual por meio de software específico.

O processo de captação e tratamento dos dados primários oriundos das entrevistas foi dividido nas seguintes etapas:

- 1) Contato e agendamento com os entrevistados, conforme disponibilidade;
- 2) Realização das entrevistas (presencial ou virtual), com respectiva gravação dos respectivos áudios;
- 3) Conversão<sup>24</sup> do formato .MP4 (vídeo) para o formato .MP3 (áudio), das entrevistas realizadas de forma on-line;
- 4) Transcrição<sup>25</sup> dos áudios captados, por meio do software de inteligência artificial Whisper da empresa Open AI, em conjunto com o módulo Google Colaboratory, instalado no serviço Google Drive da empresa Google Inc.
- 5) Tratamento do texto transcrito, em Word, com o ajuste de partes truncadas ou inaudíveis que foram mal interpretadas pelo software, seguida da separação das falas do entrevistador e do entrevistado.

---

23 O Android é um sistema operacional (SO) desenvolvido pelo Google para dispositivos móveis, como smartphones e tablets. Ele é baseado na linguagem Linux e é o sistema operacional mais utilizado no mundo. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Android#>. Acesso em 26/01/2025.

24 Para esse procedimento de conversão foi utilizada a ferramenta on-line gratuita Online Áudio Converter (<https://online-audio-converter.com/pt/>). Acesso em 15/01/2025.

25 A etapa de transcrição de áudio se utilizou das orientações advindas de um tutorial em vídeo, a partir do canal ODORIZZI (@odorizzioficial), no YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=9prLBRpwZ78&t=353s>).

#### 6.4 Os procedimentos de análise

Para a análise dos dados obtidos por meio de entrevistas e documentos, a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011) é frequentemente aplicada. Essa técnica se baseia na codificação de trechos textuais e na categorização dos dados em temas ou padrões, visando à interpretação crítica das mensagens subjacentes aos discursos ou textos. Como complementa Minayo (2007), a análise de conteúdo permite uma articulação entre o explícito e o implícito nos dados, possibilitando inferências a partir de códigos e categorias previamente estabelecidos ou emergentes.

No contexto da análise de documentos, a triangulação com outros dados, como entrevistas, é recomendada para assegurar maior validade às interpretações. Segundo Lakatos e Marconi (2017), a análise documental permite contextualizar os fenômenos históricos e sociais, enquanto as entrevistas oferecem *insights* sobre as perspectivas individuais dos atores envolvidos. Dessa forma, os dois métodos se complementam, proporcionando uma visão mais completa e detalhada do objeto de estudo.

No que tange à avaliação em profundidade, abordada no Capítulo 5 do presente estudo, os eixos analíticos se alinham à análise de conteúdo e de contexto na investigação das políticas públicas. Entretanto, é preciso dizer que o processo metodológico de uma avaliação em profundidade não segue uma linearidade ou mesmo uma sequência, ordenada e lógica, a partir de etapas pré-definidas. Os seus eixos analíticos, por vezes, entrelaçam-se e, geralmente, apresentam-se combinados, a depender de cada pesquisa. Ao analisar a trajetória institucional, por exemplo, é possível também perceber ali o contexto da política analisada, assim como o seu espectro temporal e territorial. A própria análise de conteúdo documental, preconizada nesse tipo de avaliação, é de onde são extraídas as informações necessárias para a compreensão dos outros eixos analíticos previstos.

Rodrigues (2011) aponta que a análise documental e das entrevistas permite explorar dimensões como a eficácia, efetividade e eficiência das políticas, no fornecimento de uma base sólida para avaliar seu impacto e evolução. Desse modo, a triangulação entre as dimensões qualitativas e os dados objetivos fortalece a capacidade de compreensão das nuances das políticas avaliadas.

Portanto, a combinação entre análise documental e das entrevistas semiestruturadas, em consonância, sobretudo, com os preceitos da análise de conteúdo e de contexto, eixos da avaliação em profundidade, é fundamental para a

construção de uma investigação robusta e crítica. Esses métodos permitem acessar diferentes camadas do fenômeno estudado, possibilitando inferências mais seguras e contextualizadas sobre os processos e políticas públicas investigados.

### 6.5 Codificação e categorização

Em uma pesquisa de cunho essencialmente qualitativo, os códigos se apresentam como uma forma de identificar trechos no texto analisado que são relevantes para o estudo, conforme Bardin (2011). Os códigos são como rótulos, ou etiquetas, que são aplicados no material a ser pesquisado (documentos e entrevistas), de forma a encontrar significados que vão nortear a compreensão do objeto estudado, a fim de responder à problemática de partida da pesquisa.

A categorização é um processo de organizar códigos semelhantes em uma determinada classe, devidamente identificada. Bardin (2011) define cinco qualidades importantes de uma determinada categoria: **exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade, produtividade.**

Na exclusão mútua, não se deve colocar códigos em mais de uma categoria, e sim na mais adequada. Na homogeneidade, os códigos devem ser semelhantes em relação ao conteúdo, significado ou característica relevante na pesquisa. A pertinência se refere à relação direta dos códigos com os objetivos da pesquisa. A objetividade e fidelidade tratam da definição clara, ou seja, os critérios que definem quais códigos devem constar em determinada categoria. Por fim, a produtividade se refere à própria pertinência da categoria em relação à pesquisa, no que diz respeito aos resultados práticos produzidos.

### 6.6 O ferramental aplicado

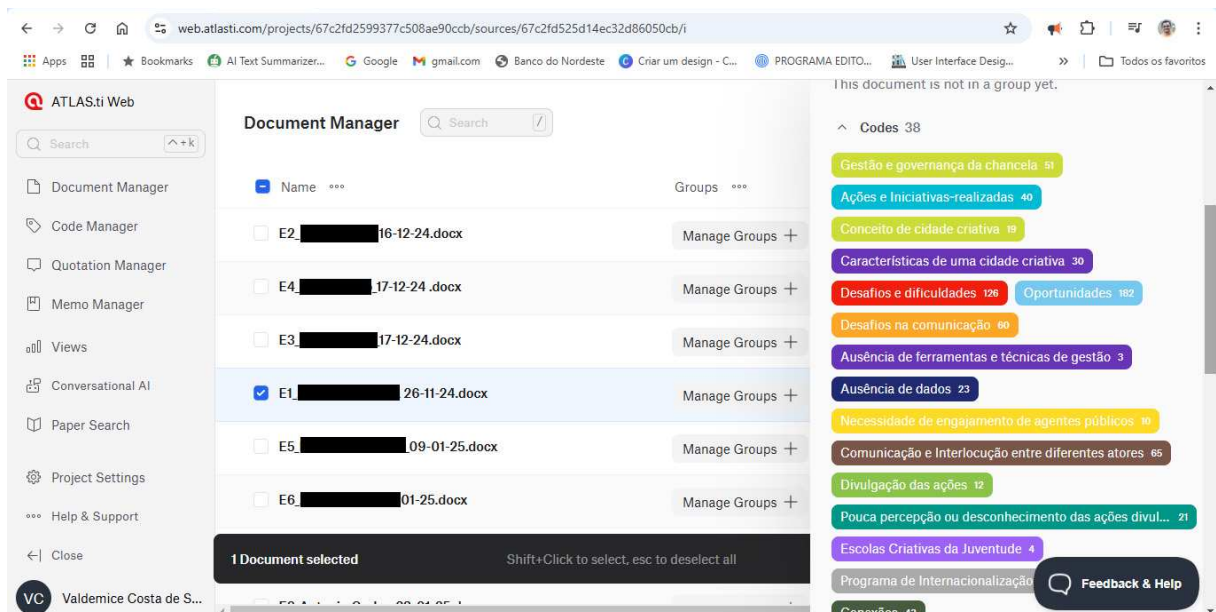
Existem, à disposição dos pesquisadores acadêmicos, diversas ferramentas de análise de dados no mercado, inclusive tecnológicas, seja estas análises objetivas ou subjetivas, e para os mais variados tipos de pesquisa acadêmico-científica. Neste trabalho, em específico, e nessa fase de análise de dados de cunho essencialmente subjetivo, utilizou-se o software Atlas.TI, em sua versão

Atlas.TI Web (Figura 8), da empresa alemã Cleverbridge<sup>26</sup>. Essa ferramenta foi utilizada para a análise dos textos transcritos oriundos das entrevistas semiestruturadas.

As etapas do processo de análise de dados subjetivos desta pesquisa consistiram no seguinte:

- Carregamento dos arquivos na ferramenta;
- Identificação dos códigos;
- Marcação das respectivas citações;
- Definição das categorias;
- Agrupamento dos códigos recorrentes nas categorias definidas;
- Análise dos dados encontrados e escrita interpretativa.

**Figura 8** - Tela da ferramenta Atlas.TI (Versão Web) com as entrevistas inseridas



**Fonte:** Autoria própria.

## **7. ANÁLISE DOCUMENTAL DA POLÍTICA CULTURAL FORTALEZA CIDADE CRIATIVA DO DESIGN DA UNESCO**

Os eixos analíticos da avaliação em profundidade (análise de conteúdo, análise de contexto, trajetória institucional e espectro temporal-territorial), são tratados, nesta pesquisa, de forma intercambiada, de modo a produzir um estudo aprofundado da chancela de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco. Desse modo, pretendeu-se ter a compreensão mais fidedigna possível de como ocorre a participação da classe criativa dos designers locais nessa política cultural, a partir de suas ações, em atendimento ao objetivo central do presente estudo. Esse processo analítico se debruça sobre o arcabouço de dados secundários coletados por meio da documentação técnica apontada no capítulo 5: Dossiê da Candidatura da Chancela (2018), Relatório de Renovação da Chancela (2022)<sup>27</sup> e o Plano Fortaleza 2040 (2019).

Complementar e seguidamente aos resultados da análise documental das ações da chancela, é realizada uma análise crítica a partir dos dados primários obtidos pelas entrevistas realizadas aos dois grupos (I - gestores e II - designers), elencados para a aferição, tanto dos aspectos teóricos encontrados quanto dos objetivos deste trabalho. Esses resultados são expostos no capítulo 8, seguinte.

Neste capítulo, em específico, são apresentados os aspectos relacionados ao contexto de formulação e de obtenção da chancela, a sua relação com uma política urbana de planejamento de longo prazo (Plano Fortaleza 2040) e as ações realizadas ao longo do primeiro quadriênio de concessão, desde a situação prevista em sua formulação até a que foi efetivamente realizada.

### **7.1 Contextualização do processo de construção e obtenção da candidatura**

O documento de candidatura de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco, denominado nesta pesquisa como Dossiê da Candidatura da Chancela (2018), foi elaborado, como já explanado no capítulo 3, seção 3.2, por um conjunto de

---

27 O Relatório de Renovação da Chancela (2022) é um compilado de informações fornecido a este pesquisador pelo então Ponto Focal, profissional responsável pela gestão da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design, à época desta pesquisa. Este documento foi extraído do formulário on-line, respondido em língua inglesa, no sítio virtual da Unesco quando da prestação de contas das ações realizadas no primeiro quadriênio de concessão da chancela (2019-2022).

atores institucionais da seara pública, privada e da sociedade civil organizada e submetido à apreciação e análise da Unesco em 2018 (Dossiê da Candidatura, 2018). No referido documento, são apresentados as razões e os critérios para a escolha de Fortaleza como uma candidata a ser uma cidade criativa do Design, uma das áreas temáticas do rol de cidades que compõem a rede mundial da Unesco. Além disso, também descreve a dinâmica de implementação das ações previstas quando da concessão da chancela.

O Dossiê da Candidatura da Chancela (2018) inicia com uma apresentação da cidade e de seu contexto socioeconômico e cultural, em que demonstra, por meio de dados numéricos e estatísticos da época, as potencialidades da cidade enquanto ambiente de negócios e de empreendedorismo, além de sua vocação como destino turístico e cultural, dada a sua infraestrutura existente, voltada para o setor da cultura (Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, museus, teatros, centros culturais e bibliotecas públicas), sobretudo o Distrito Criativo de Fortaleza, uma política já incluída na formulação do Plano Fortaleza 2040<sup>28</sup>, em uma articulação entre poder público, setor privado e sociedade civil.

No documento, Fortaleza é apresentada como um polo criativo dinâmico, evidenciado por sua infraestrutura cultural, que inclui 43 museus, 30 teatros e centros dedicados às artes e ao design. A cidade se beneficia de sua localização estratégica no Nordeste do Brasil, conectando-se ao mundo por meio de um dos maiores *hubs* de fibra óptica e voos internacionais, no que evidencia tanto o seu potencial tecnológico quanto como destino turístico mundial. Esses fatores favorecem a circulação de ideias, pessoas e bens culturais e posiciona Fortaleza como uma espécie de *hub* criativo, propício para inovações no design, permeado por setores como moda, artesanato e turismo. A cidade, então, apresenta um conjunto de projetos alinhados ao Plano Fortaleza 2040 e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). As iniciativas são voltadas para a formação profissional, inclusão produtiva e expansão de mercados criativos (Dossiê da Chancela, 2018).

---

28 “O Plano Fortaleza 2040 é um planejamento de longo prazo para a cidade de Fortaleza com estratégias a serem implementadas no curto, médio e longo prazo (tendo como horizonte o ano de 2040), contemplando os Planos Mestre Urbanístico, Mobilidade e Desenvolvimento Social. O Fortaleza 2040 tem como principal objetivo a transformação de Fortaleza em uma cidade mais acessível, justa e acolhedora; o incremento da oferta de oportunidades apoiadas pela boa ordenação da rede de conexões de seus espaços públicos e privados e a obtenção de controle eficiente do seu crescimento econômico.” Disponível em: <https://observatoriodefortaleza.fortaleza.ce.gov.br/plano-fortaleza-2040>. Acesso em: 15/02/2025.

## 7.2 O contexto de Fortaleza Cidade Criativa do Design no planejamento urbano de longo prazo: Plano Fortaleza 2040

Em que pese a tradição histórica de não se realizar planejamentos de políticas urbanas de médio e longo prazo nas cidades brasileiras, Fortaleza, como uma grande metrópole, destaca-se no cenário nacional, no sentido de possuir um planejamento estratégico de longo prazo: o Fortaleza 2040, entregue, formalmente, à população da capital cearense em dezembro de 2016. Elaborado por meio de uma conjunção de atores entre agentes públicos e a importante participação popular, ele possui as diretrizes necessárias para o desenvolvimento urbano de Fortaleza até o ano de 2040.

O Fortaleza 2040 é composto por um plano mestre urbanístico e de mobilidade<sup>29</sup> e um plano mestre de desenvolvimento econômico e social<sup>30</sup>, estruturado em 27 grandes metas que materializam a visão de futuro para a cidade. A principal diferença entre os dois planos reside em seu foco e abordagens. O Plano Mestre Urbanístico e de Mobilidade está mais voltado para o planejamento físico e territorial da cidade, visando melhorar a infraestrutura e a mobilidade urbana. Já o Plano de Desenvolvimento Econômico e Social é orientado para o crescimento econômico e o bem-estar social, com ênfase na redução de desigualdades e na criação de oportunidades para os cidadãos. As metas previstas são organizadas em quatro grandes grupos: metas econômicas, sociais, ambientais e fiscais. Para que sejam atingidas, são previstos sete eixos estratégicos (Figura 9), complementares entre si, que norteiam as prioridades de ação em curto, médio e longo prazo (Fortaleza, 2019).

---

29 O Plano Mestre Urbanístico e de Mobilidade se concentra na organização e estruturação física da cidade. Envolve estudos e propostas sobre o uso do solo, desenvolvimento da infraestrutura urbana, transporte e mobilidade, além de medidas para melhorar a acessibilidade e a integração entre diferentes áreas da cidade. O objetivo é criar uma cidade mais conectada, acessível e justa, por meio de intervenções que reduzam desigualdades territoriais e melhorem a qualidade de vida dos cidadãos (Fortaleza, 2019).

30 O Plano Mestre de Desenvolvimento Econômico e Social, por outro lado, aborda aspectos relacionados ao desenvolvimento socioeconômico de Fortaleza. Ele propõe estratégias para o crescimento econômico sustentável, promoção da inclusão produtiva e melhoria dos indicadores sociais, como saúde, educação e segurança alimentar. O foco está em criar oportunidades econômicas, reduzir desigualdades sociais e promover uma melhor qualidade de vida para toda a população (Fortaleza, 2019).

**Figura 9 - Eixos estratégicos do Plano Fortaleza 2040**



**Fonte:** Relatório do Plano Fortaleza 2040 (2017–2020). Fortaleza (2019).

Para o Plano Fortaleza 2040, o desenvolvimento urbano a partir da cultura e do conhecimento, previsto no Eixo 3, considera planos para a Educação Pública, Cultura e Patrimônio, bem como Ciência, Tecnologia e Inovação. Esses planos pretendem atender objetivos estratégicos na promoção de uma educação pública de qualidade e da formação profissional, na valorização e no desenvolvimento cultural, científico e tecnológico da cidade. A implementação de equipamentos culturais novos, adicionados aos existentes, para a cidade de Fortaleza, onde a sua utilização ocorre de forma integrada nos planos elaborados, é parte das ações previstas (Fortaleza, 2019).

A partir desse contexto, portanto, ainda que a chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco não seja citada literalmente no eixo 3 no relatório final do Fortaleza 2040, além da previsão do Distrito Criativo, algumas diretrizes e propostas contidas naquele documento, na seção Plano da Cultura e Patrimônio, são apresentadas no dossiê oficial de concessão da chancela, de modo a fortalecer a cultura e o patrimônio local, como a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos e a construção de uma cidade mais inclusiva e criativa. Uma das principais diretrizes apontadas é a necessidade de integração entre as políticas culturais e as demais políticas públicas municipais, reconhecendo a cultura como um elemento transversal que impacta diretamente diversos aspectos da vida urbana. Além disso, a proteção do patrimônio cultural, a promoção da cidadania, a formação da cadeia produtiva cultural

e a gestão democrática das políticas públicas são aspectos fundamentais destacados no texto, em consonância com o Plano Fortaleza 2040 (Fortaleza, 2019) (Quadro 5).

**Quadro 5** – Relação das iniciativas do Fortaleza 2040 com a chancela.

<b>EIXO 3 – Desenvolvimento da Cultura e do Conhecimento</b> (Fortaleza, 2019)	<b>Dossiê da Candidatura (2018)</b>
<b>Plano de Cultura e Patrimônio</b>	Melhoria da qualidade de vida dos cidadãos
	Construção de uma cidade mais inclusiva e criativa
	Proteção do patrimônio cultural
	Gestão democrática das políticas públicas

**Fonte:** autoria própria.

No Dossiê da Candidatura (2018), é citado o Plano Fortaleza 2040, que contempla ações estratégicas para fomentar a economia criativa e promover a inserção produtiva, especialmente em territórios vulneráveis, como o programa Meu Bairro Empreendedor, que financia empreendimentos criativos.

Outrossim, a importância de tornar acessíveis as manifestações culturais populares, ocupando os espaços públicos de forma coletiva e democrática, possibilitando trocas entre os diversos atores culturais e promovendo a participação ativa da população na vida cultural da cidade, é um dos principais aspectos ressaltados no plano. A valorização das iniciativas das organizações não governamentais de base comunitária é destacada como um meio de desconstruir estereótipos e promover a inclusão social, evidenciando o potencial transformador da cultura e da economia criativa em Fortaleza (Fortaleza, 2019). Esses aspectos até se coadunam com a chancela de Cidade Criativa do Design da Unesco, entretanto, é uma interrelação em que é possível encontrar consonâncias, mas também inconsistências, a exemplo da não inclusão de atores dos territórios diretamente atingidos pelas ações previstas, sobretudo no período de formulação daquela política, conforme apontado por Menezes (2023).

### 7.3 Principais projetos e iniciativas da chancela: ações e resultados

A seguir, são identificadas as iniciativas previstas/projetos estratégicos apresentados quando da candidatura para a concessão da chancela, divididas, nesta pesquisa, em dois blocos distintos: BLOCO 1 – Em nível de cidade, projetos realizados para a cidade e BLOCO 2 – Em nível internacional, projetos realizados em cooperação com a rede mundial de cidades criativas. Foi identificado, no documento intitulado, nesta pesquisa, como Relatório de Renovação da Chancela (2022), que esses projetos estratégicos tiveram mudanças em suas nomenclaturas (Quadro 6) e também em seu *modus operandi*, conforme explanados em subtópicos individualizados a seguir.

A partir desses projetos estratégicos, são analisados os aspectos que servem de subsídio para a compreensão da inclusão e participação, nas ações decorrentes dessas iniciativas, por parte do profissional de design em Fortaleza. Essa análise considera, no espectro temporal da política, o que foi realizando quando da vigência do primeiro quadriênio de concessão da chancela (2019 a 2022).

**Quadro 6** – Iniciativas / projetos estratégicos da candidatura de Fortaleza.

		NOMENCLATURAS	
		DOSSIÊ DA CANDIDATURA DA CHANCELA (2018)	RELATÓRIO DE RENOVAÇÃO DA CHANCELA (2022)
<b>BLOCO 1 – EM NÍVEL DE CIDADE</b>	1	Centro de Design do Ceará	<b>KUYA Centro de Design do Ceará</b>
	2	Distrito Criativo de Fortaleza	Distrito Criativo de Fortaleza
	3	Laboratório de Inovação Cultural	<b>Escolas Criativas da Juventude</b>
<b>BLOCO 2 – EM NÍVEL INTERNACIONAL</b>	4	Jornadas Ibero-Americanas de Design Transversal	<b>Jornada Mundial do Design</b>
	5	Programa de Cooperação e Intercâmbio	<b>Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza</b>
	6	Observatório do Design	Observatório do Design

**Fonte:** Autoria própria.

## 1) **KUYA CENTRO DE DESIGN DO CEARÁ** (CENTRO DE DESIGN DO CEARÁ)

O Centro de Design do Ceará, projeto estratégico constante no Dossiê da Candidatura, foi previsto para ser um espaço de apreciação, reflexão, promoção e difusão da cultura do design e suas interfaces com outras línguas da economia criativa. Seu objetivo original é conectar oferta e demanda em design, estimular a diversificação de bens simbólicos com alto benefício e gerar negócios de alto impacto na vida das pessoas e na economia da cidade. Os impactos inicialmente previstos naquele documento eram: aumento da participação dos setores da economia criativa no mercado de trabalho em 50%; inserção de designers nos processos de inovação nas empresas; promoção do fornecimento qualitativo de produtos com identidade local e consciência da importância do design.

Atualmente, é denominado KUYA Centro de Design do Ceará e oferece formação, pesquisa e desenvolvimento no fortalecimento da atividade de design e dos próprios designers, não só em Fortaleza, mas no estado do Ceará como um todo, visto que é um equipamento gerido pela Secretaria de Cultura do Estado por meio de uma organização social (OS) sem fins lucrativos, o Instituto Mirante<sup>31</sup>. Essa OS gerencia o Complexo Cultural Estação das Artes (Figura 10), onde está situada a KUYA Centro de Design do Ceará (Figura 11), além de outros equipamentos culturais da cidade, como o Museu da Imagem e do Som (MIS).

A KUYA Centro de Design do Ceará apoia-se em quatro pilares fundamentais: design decolonial, design regenerativo, design ecoeficiente e design político (Relatório de Renovação da Chancela, 2022).

---

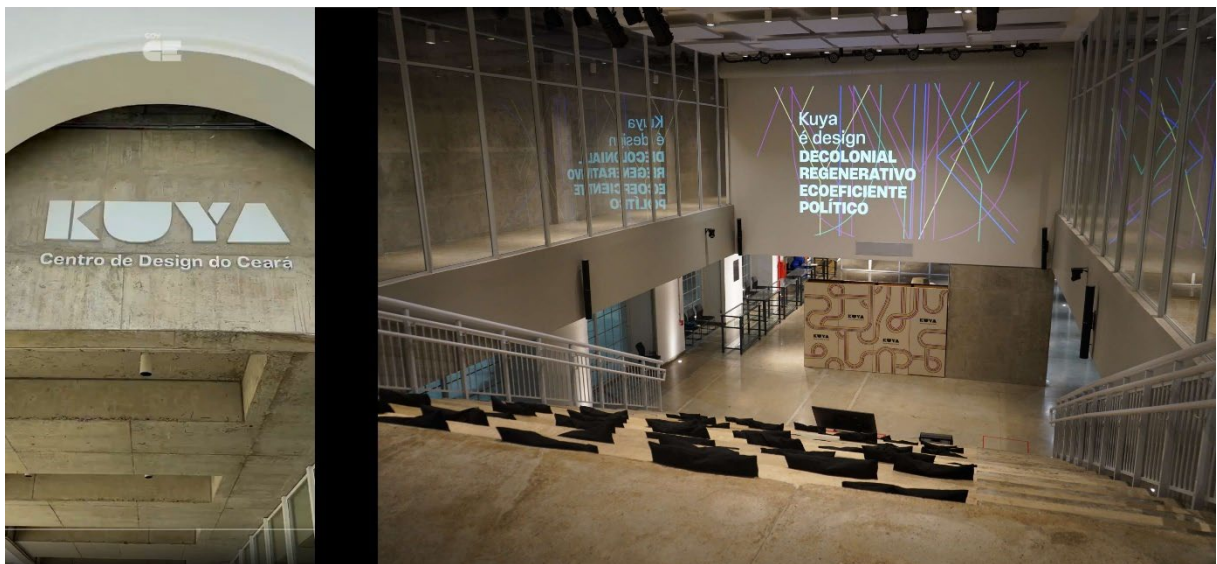
31 De acordo com o sítio da instituição: “A organização foi qualificada pelo Poder Executivo do Estado do Ceará como Organização Social, na forma da Lei estadual no 12.781, de 30 de Dezembro de 1997 e suas alterações posteriores, mediante a edição do Decreto no 34.237, de 13 de setembro de 2021”. Fonte: <https://www.institutomirante.org/quem-somos/>. Acesso em 15/02/2025.

**Figura 10 - Complexo Cultural Estação das Artes**



**Fonte:** Felipe Petrovsky *in* Carvalho Araújo (2023)<sup>32</sup>.

**Figura 11 - KUYA Centro de Design do Ceará**



**Fonte:** Governo do Estado do Ceará (2024) e Secretaria de Cultura do Ceará (Secult-CE, 2024)<sup>33</sup>

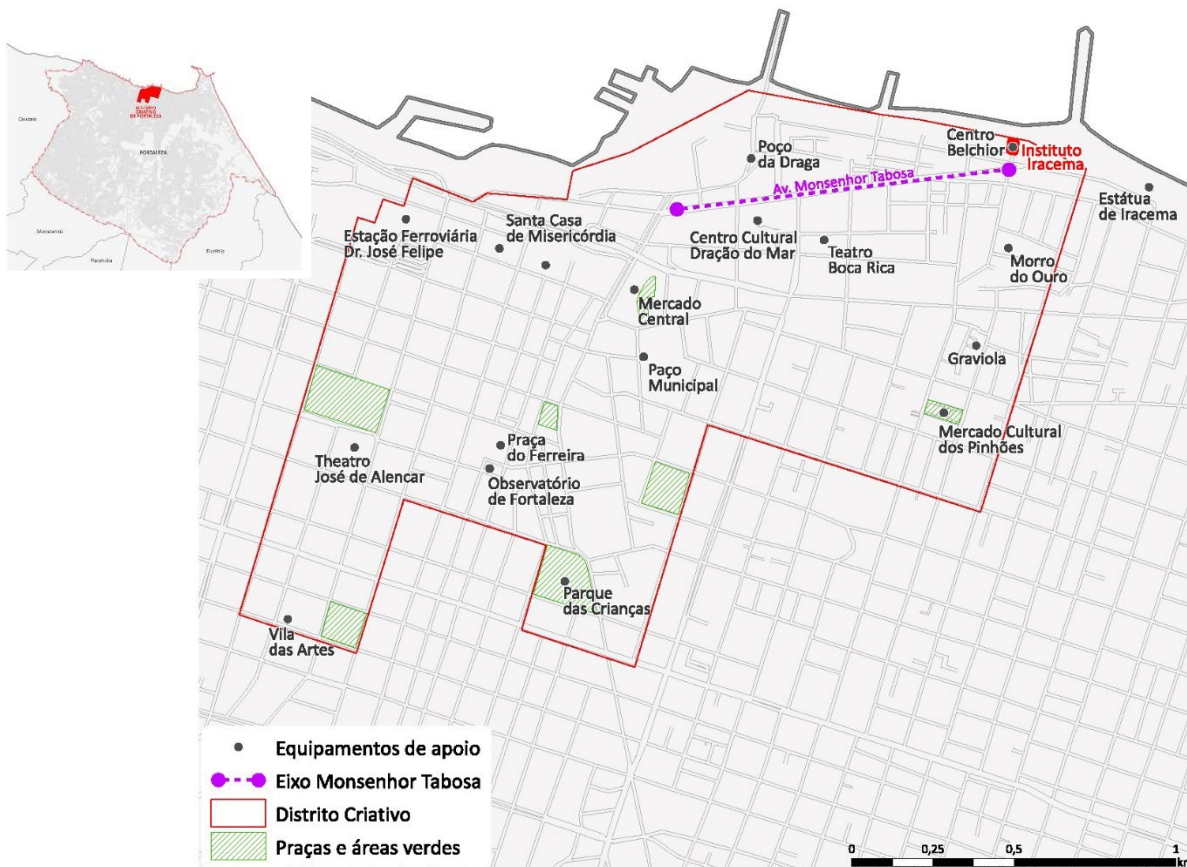
32 Disponível em: <https://revistaprojeto.com.br/acervo/carvalho-araujo-complexo-cultural-estacao-das-artes-fortaleza/>. Acesso em: 10/02/2025.

33 Disponíveis em: <https://x.com/GovernoDoCeara/status/1793013386621460518> e <https://www.secult.ce.gov.br/2024/03/18/economia-e-cultura-kuya-abre-chamada-publica-para-talentos-criativos-para-o-evento-paku-2024/>. Acesso: 10/02/2025.

## 2) DISTRITO CRIATIVO DE FORTALEZA

O Distrito Criativo de Fortaleza trata-se de um espaço territorial que abrange os bairros da Praia de Iracema e Centro, na perspectiva de promover sinergias entre empreendedores criativos, por meio de clusters, startups, incubadoras, coworkings e o fortalecimento de pequenas e microempresas, conforme descrito no Dossiê da Candidatura (2018). Inicialmente, foi previsto no âmbito da elaboração do Plano Fortaleza 2040 e seu território possui cerca de 2,9km<sup>2</sup> (Figura 12) em sua poligonal e inclui áreas de interesse social, preservação do patrimônio histórico-cultural e dinamização urbanística e socioeconômica.

**Figura 12** - Proposta de delimitação do Distrito Criativo de Fortaleza.



**Fonte:** Observatório da Indústria – Sistema Fiec (2021)

O objetivo do Distrito Criativo, proposto no Dossiê da Candidatura (2018), é produzir soluções inovadoras para os problemas da vida cotidiana através da economia criativa, especialmente nos setores de Design, Gastronomia, Artesanato e Audiovisual, visto que possuem forte presença na identidade cultural e econômica

da cidade. Além disso, também, objetiva promover atividades dinâmicas de inclusão produtiva e institucionalizar a economia criativa em Fortaleza, por meio do fomento aos empreendimentos criativos no território.

A proposta do distrito se estrutura a partir de um plano de ação territorial composto por 32 macroações, distribuídas em diferentes eixos estratégicos, tais como articulação e produção de conhecimento sobre economia criativa, desenvolvimento de mercado, formulação de políticas públicas, capacitação profissional e incentivo à pesquisa e inovação.

Essa política faz parte da estratégia de fortalecimento da economia criativa na cidade e está alinhada ao Plano Fortaleza 2040. Seu planejamento envolve a articulação entre poder público, setor privado e sociedade civil, buscando consolidar um ambiente propício à cultura, inovação e turismo. A iniciativa foi fortalecida com a outorga do título de Cidade Criativa do Design pela Unesco em 2019, no reconhecimento de Fortaleza como um polo relevante no setor (Federação das Indústrias do Estado do Ceará – FIEC, 2021).

O distrito abrange uma área de 3,5 km<sup>2</sup>, incluindo os bairros da Praia de Iracema, Centro e Jacarecanga, com previsão de expansão até 2040. O território foi selecionado devido à presença de infraestrutura cultural consolidada, englobando 28 equipamentos culturais e turísticos, 36 bens tombados e sete praças públicas (FIEC, 2021).

As principais zonas urbanísticas do distrito são a Zona Especial de Interesse Social (ZEIS), com 7% de área e que engloba comunidades como Poço da Draga, Morro do Ouro e Graviola, na perspectiva da inclusão social; a Zona Especial de Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural (ZEPH), com 12% de área e que abriga edifícios históricos e espaços culturais protegidos, e a Zona Especial de Dinamização Urbanística e Socioeconômica (ZEDUS), com 29% de área e destinada a atividades econômicas criativas, como turismo, design e inovação (FIEC, 2021).

A implementação do distrito está prevista para ocorrer em três fases. A primeira fase, iniciada em 2020, concentra-se na Praia de Iracema e visa estruturar os primeiros incentivos para negócios criativos. A segunda fase, de 2022, expande a área de atuação para o Centro de Fortaleza, aumentando a comercialização de produtos criativos. A terceira fase, projetada para 2040, prevê a consolidação do distrito em Jacarecanga, com a integração de setores produtivos da economia criativa (FIEC, 2021).

O Distrito Criativo de Fortaleza abriga diversos setores da economia criativa (Quadro 7). Entre eles estão patrimônio cultural, artes visuais e performáticas, audiovisual e mídia, design e moda, novas mídias e tecnologia, além de serviços criativos, como arquitetura e publicidade. Dados sobre o emprego formal na economia criativa indicam um crescimento de 17,5% em Fortaleza e 24,2% na Região Metropolitana entre 2008 e 2018, com destaque para o setor de design, que registrou um aumento de 526,7% nas contratações (FIEC, 2021).

**Quadro 7** – Setores da Economia Criativa existentes no Distrito Criativo.

<b>SETOR</b>	<b>ÁREA DE ATUAÇÃO</b>
<b>Patrimônio Cultural</b>	Artesanato, festivais e celebrações
<b>Artes Visuais e Performáticas</b>	Pintura, escultura, teatro, dança
<b>Audiovisual e Mídia</b>	Cinema, televisão, rádio, livros digitais
<b>Design e Moda</b>	Design gráfico, interiores, moda
<b>Novas Mídias e Tecnologia</b>	Software, games e conteúdo digital
<b>Serviços Criativos</b>	Arquitetura, publicidade e serviços digitais

**Fonte:** Autoria própria, com base em FIEC (2021).

A infraestrutura do distrito conta com importantes centros culturais, como o Centro Cultural Belchior, na Praia de Iracema, que abriga o Instituto Iracema e atua como referência para projetos da economia criativa, e o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, que dispõe de museus, planetário e espaços de formação cultural. Além disso, a Avenida Monsenhor Tabosa funciona como um corredor cultural e comercial, o que facilita a circulação e a concentração de negócios criativos na região.

A governança do distrito é baseada no modelo *Business Improvement Districts (BID)*, adotado em Nova Iorque, onde o governo fornece apoio financeiro e a gestão é realizada por uma organização parceira. Em Fortaleza, a estrutura de governança envolve três principais agentes: o Instituto Iracema, responsável pela gestão territorial e articulação institucional; a sociedade civil e empresários, que participam dos comitês temáticos e elaboram a carteira de projetos, e a Prefeitura de Fortaleza, que monitora os incentivos fiscais e a manutenção da infraestrutura urbana (FIEC, 2021).

O Distrito Criativo de Fortaleza integra cultura, empreendedorismo e inovação, com potencial para consolidar a cidade como um centro de referência para o design e a economia criativa na América Latina, na perspectiva de alinhamento às diretrizes da Unesco.

### **3) ESCOLAS CRIATIVAS DA JUVENTUDE** (LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO CULTURAL)

O Laboratório de Inovação Cultural foi pensado para ser um espaço de cocriação e experimentação em Arte, Design, Cultura e Tecnologia. Seu objetivo, de acordo com o Dossiê da Candidatura (2018), é o de incentivar o aumento da identificação e apropriação da cidade pelos cidadãos, na promoção de encontros e workshops, na proposição de intervenções e instalações urbanas nas mais variadas linguagens, por meio de formação, pesquisa, desenvolvimento e inovação. Como impacto e resultados esperados, previa-se a solução de problemas urbanos com a inclusão produtiva de jovens em situações de vulnerabilidade social.

De acordo com o Relatório de Renovação da Chancela (2022), o Laboratório de Inovação Cultural foi transformado nas Escolas Criativas da Juventude. Conforme o documento, essa mudança teve o objetivo de fortalecer o programa e permitir que a formação oferecida em Moda, Programação (desenvolvimento de softwares / aplicativos), Design, Empreendedorismo Social e Arte Urbana aproveitasse a infraestrutura e os recursos existentes na política pública de juventude existente na cidade.

O documento ainda explana que as Escolas Criativas da Juventude fazem parte de um programa de formação da Prefeitura de Fortaleza, por meio da Secretaria da Juventude, com o objetivo de oferecer oportunidade de desenvolvimento profissional para as juventudes de Fortaleza. Com duração mínima de 100 horas/aula, os cursos foram elaborados por profissionais que atuam no mercado, entretanto, não é especificada, claramente, a sua formação, ou mesmo se são, especificamente, da área do Design. A estrutura do programa é composta por cinco escolas temáticas: Escola de Moda da Juventude, Escola Jovens Programadores, Escola Jovens Designers, Escola de Jovens Empreendedores Sociais e Escola de Arte Urbana da Juventude (Relatório de Renovação da Chancela, 2022).

Também é objetivo desse novo formato aplicar estratégias de ensinar a “pensar” Design e a “fazer” Design através de módulos independentes, porém

interconectados, com uma visão moderna e prática da área do Design. As temáticas definidas preparariam o jovem para solucionar problemas criativos vivenciados no cotidiano da profissão, ou seja, seus problemas reais, entre outros tópicos que compõem o processo formativo, na busca de incentivar o protagonismo juvenil e promover a autonomia dos jovens através da experimentação de novas possibilidades e experiências (Relatório de Renovação da Chancela, 2022).

O programa seguia uma abordagem pedagógica baseada na integração entre teoria e prática, combinando módulos interconectados para formar uma visão estruturada e aplicada do design e das áreas correlatas. Além da formação técnica, os cursos buscavam promover a autonomia e o protagonismo dos jovens, incentivando-os a experimentar novas possibilidades e construir trajetórias profissionais sustentáveis.

O Quadro 8, a seguir, apresenta a estrutura das Escolas Criativas da Juventude, com as principais áreas de atuação e as metodologias empregadas:

**Quadro 8** – Estrutura das Escolas Criativas da Juventude

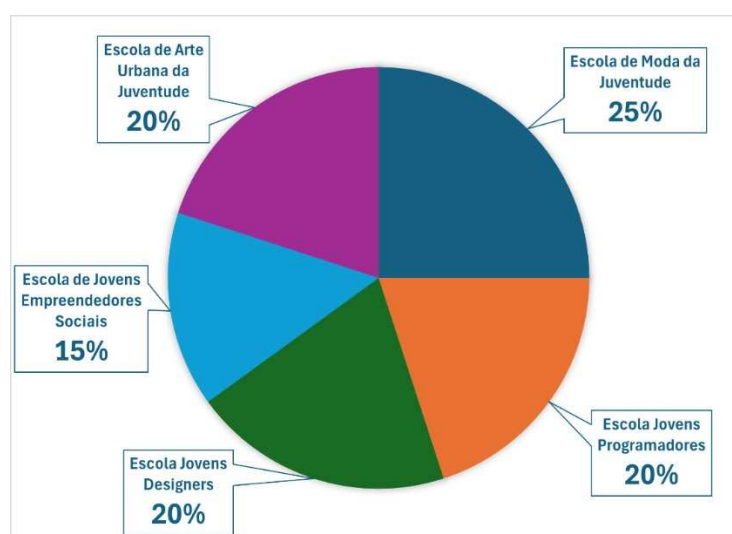
<b>ESCOLA</b>	<b>ÁREA DE ATUAÇÃO</b>	<b>METODOLOGIA</b>
<b>Escola de Moda da Juventude</b>	Design de Moda e Confeção	Desenvolvimento de Coleções, Modelagem, Costura e Gestão de Marcas
<b>Escola Jovens Programadores</b>	Tecnologia e Programação	Linguagens de Programação, Desenvolvimento Web e Mobile, Segurança da Informação
<b>Escola Jovens Designers</b>	Design Gráfico e Produto	Identidade Visual, Comunicação Visual, Prototipagem e uso de Softwares de Design
<b>Escola de Jovens Empreendedores Sociais</b>	Gestão e Empreendedorismo	Planejamento Estratégico, Finanças, Modelagem de Negócios Sociais
<b>Escola de Arte Urbana da Juventude</b>	Expressão Artística e Cultura Urbana	Grafite, Intervenções Urbanas, Produção Cultural e Estética Visual

**Fonte:** Relatório de Renovação da Chancela (2022)

Como beneficiários diretos, o programa tem como público-alvo jovens de diferentes regiões da cidade, priorizando aqueles em situação de vulnerabilidade social. Com a participação gratuita, os cursos ofereceram certificação ao final do

processo formativo. Os profissionais designers também se beneficiaram diretamente do projeto, a partir de sua participação docente nas atividades formativas, por intermédio de parcerias institucionais, a exemplo da Associação Ceará Design, na Escola de Jovens Designers. A seguir, o Gráfico 1 representa a distribuição das áreas de atuação das Escolas Criativas da Juventude e a quantidade estimada de participantes por segmento, considerando os dados disponíveis, à época do relatório, sobre demanda e estrutura de atendimento.

**Gráfico 1** – Quantitativo estimado de participantes por área de atuação.



**Fonte:** Relatório de Renovação da Chancela (2022)

A articulação entre as diferentes áreas de conhecimento e a inserção dos jovens no mercado de trabalho são aspectos importantes do programa. Além disso, a utilização da infraestrutura pública existente, como centros culturais e espaços de formação, contribuiu para a viabilização financeira e logística da iniciativa. Um exemplo disso foi a utilização dos cinco Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (CUCA's) existentes (Figura 13) e que formam a Rede Cuca: Cuca Barra, Cuca Mondubim, Cuca Jangurusu, Cuca José Walter e Cuca Pici. Essa rede é gerida por uma OS, o Instituto de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (IC Fortaleza)<sup>34</sup>, conectada à Secretaria da Juventude, da Prefeitura Municipal de Fortaleza.

34 "O Instituto de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (IC Fortaleza) é uma organização social, com pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, fundada em novembro de 2008, responsável pela gestão dos Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esportes (CUCAs) e por desenvolver e promover atividades de formação, lazer e entretenimento, prioritariamente, para jovens de 15 a 29 anos". Disponível em: <https://icfortaleza.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 12/02/2025.

**Figura 13** - Distribuição da Rede Cuca em Fortaleza-CE

**Fonte:** Wanderson Trindade (2024)<sup>35</sup>. Ajustado pelo autor.

Entre os tipos de escolas propostos, a Escola de Jovens Designers (Figura 14) é um dos casos que teve a participação direta de designers na formulação de seu conteúdo pedagógico, bem como na aplicação das aulas, ministradas por esses mesmos profissionais. O curso teve apenas duas turmas (uma em 2021 e outra em 2022), estas oriundas, grande parte, de escolas de ensino médio técnico-profissionalizantes de Fortaleza e ocorreram na Rede Cuca, com aulas em formato on-line, em função do período de isolamento social, por conta da pandemia de covid-19. Os profissionais envolvidos são designers associados à Associação Ceará Design, entidade que executou esse projeto em parceria com os atores da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design, especificamente, a Secretaria de Juventude de Fortaleza.

35 Disponível em: <https://public.flourish.studio/visualisation/17703478/>. Acesso em 12/02/2025.

**Figura 14** - Aula inaugural da 2ª turma da Escola de Jovens Designers. Em 13/03/2022.



**Fonte:** Instagram (@fortalezacidadecriativa). Acesso em 12/02/2025.

No que diz respeito aos principais resultados esperados com a implementação das Escolas Criativas da Juventude, destacam-se:

- Formação de jovens capacitados para o mercado de trabalho e o setor criativo;
- Integração entre o conhecimento técnico e as demandas da economia criativa local;
- Criação de redes de colaboração entre jovens, profissionais do setor e instituições parceiras;
- Desenvolvimento de projetos de impacto social e inovação.

O programa das Escolas Criativas da Juventude insere-se, portanto, em uma estratégia mais ampla de desenvolvimento da economia criativa em Fortaleza, na articulação da formação profissional, inclusão produtiva e valorização da cultura e do design como vetores de transformação social. Entretanto, embora o texto do Relatório de Renovação da Chancela (2022) enfatize os objetivos de oferecer capacitação e promover a inserção de jovens no mercado de trabalho, não fornece dados importantes, como o número de participantes formados, a taxa de conclusão dos cursos ou mesmo os efeitos concretos na inserção profissional dos beneficiários.

A seguir, o Quadro 9 resume os aspectos envolvidos no documento em comparação com os indicadores mensuráveis ausentes:

**Quadro 9** – Aspectos envolvidos e a respectiva ausência de indicadores mensuráveis.

<b>ASPECTO AVALIADO</b>	<b>DADOS APRESENTADOS</b>
<b>Estrutura e Organização do Programa</b>	Detalhamento das áreas temáticas e duração dos cursos (mínimo 100 horas/aula).
<b>Objetivos do Programa</b>	Capacitação profissional e inclusão de jovens na economia criativa.
<b>Formulação e Aplicação das Práticas Pedagógicas</b>	Citação do desenvolvimento do conteúdo dos cursos por profissionais do mercado, porém sem especificar suas formações.
<b>Indicadores Quantitativos</b> (ex.: número de participantes, taxa de conclusão)	Não apresentou.
<b>Resultados Qualitativos</b>	Descrição dos propósitos e da integração entre teoria e prática, sem quantificação dos impactos.

**Fonte:** Autoria própria. Relatório de Renovação da Chancela (2022).

Ressaltando a análise do trecho sobre as Escolas Criativas da Juventude, o documento não menciona resultados concretos e mensuráveis de forma explícita, ou seja, não há dados numéricos ou indicadores objetivamente indicados para avaliar o impacto direto do programa até o momento. Ele descreve mais as metas do programa, como a formação de jovens capacitados para as áreas de economia criativa e o fortalecimento das conexões profissionais, porém não há dados sobre número exato de formados, taxas de empregabilidade ou impactos econômicos diretos, como taxas de inserção no mercado de trabalho.

Em termos de resultados indicados, o Relatório de Renovação da Chancela (2022) aponta a previsão de incentivos para a colaboração e integração entre jovens na criação de redes no mercado de trabalho da economia criativa, porém carece de quantificação ou mensuração sólida. Dessa forma, esse trecho específico não fornece resultados concretos e mensuráveis que permitam uma avaliação precisa do sucesso do programa até agora, limitando-se aos objetivos e à estrutura de implementação, o que pode resultar, apenas, em interpretações subjetivas.

Portanto, embora o documento forneça uma visão abrangente sobre a proposta e os mecanismos de funcionamento das Escolas Criativas da Juventude, ele

não apresenta resultados concretos e mensuráveis que permitam avaliar, de forma quantitativa, o desempenho ou o alcance do programa, sobretudo para o público-alvo e suas respectivas comunidades.

## **1. JORNADA MUNDIAL DE DESIGN**

### **(JORNADAS IBERO-AMERICANAS DE DESIGN TRANSVERSAL)**

A Jornada Ibero-Americana de Design Transversal, de acordo com o Dossiê da Candidatura (2018), é uma das três iniciativas, em nível internacional, da cidade para com a Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU). Trata-se de um evento de periodicidade anual, com a participação das cidades criativas da RCCU no continente americano e na Península Ibérica. Cada edição é dedicada a um tema específico, como design e cinema, gastronomia ou música, promovendo intercâmbios de conhecimento e cooperação entre cidades participantes.

O objetivo é apresentar e discutir oportunidades de cooperação entre cidades criativas em ações e projetos que relacionem o design a outras áreas da economia criativa. Os resultados e impactos previstos consistem em um maior relacionamento de intercâmbio entre as cidades da RCCU e compartilhamento de melhores práticas, além do desenvolvimento de projetos bilaterais ou multilaterais. Seu público-alvo é composto da comunidade internacional do Design, o que inclui cidades e profissionais de todo o mundo, na participação interativa a partir de trocas culturais em feiras e eventos internacionais da área, oriundos do programa.

O Relatório de Renovação da Chancela (2022), no trecho que trata sobre as Jornadas Ibero-Americanas de Design Transversal, descreve a evolução de um evento que, partindo de um foco regional, passou a incluir perspectivas globais, sendo, atualmente, denominada Jornada Mundial do Design. A programação do evento abrange atividades como palestras, workshops, debates e apresentações culturais (Figura 15), com o objetivo de discutir oportunidades de cooperação entre a rede de cidades criativas e de promover a integração do design com outras áreas da economia criativa.

Com o título de Jornada Mundial do Design, Fortaleza chegou a sediar três edições desde que recebeu a chancela de Cidade Criativa (Quadro 10).

**Quadro 10** – Edições da Jornada Mundial de Design ocorridas em Fortaleza.

EDIÇÃO / ANO	PERÍODO	TEMÁTICAS
III Jornada Mundial do Design	23 a 26 de novembro de 2022	Design e literatura para um mundo em crise
IV Jornada Mundial do Design	06 a 11 de novembro de 2023	Tecnologia, Criativa, Acessível
V Jornada Mundial do Design 2021	01 a 07 de julho de 2024	As 7 linguagens criativas

Fonte: Instagram (@fortalezacidadecriativa). Acesso em 03/02/2025.

**Figura 15** - Cards de divulgação das Jornadas Mundiais do Design em Fortaleza.

Fonte: Instagram (@fortalezacidadecriativa). Acesso em 03/02/2025.

Embora o documento não forneça dados quantitativos – como números de participantes ou métricas de impacto –, ele apresenta um panorama estrutural do evento, evidenciando a estratégia de alternância temática e a ampliação do escopo regional para uma abrangência global. Essa abordagem indica a intenção de articular diferentes áreas de conhecimento e de promover a cooperação entre as cidades criativas, integrando o design a outros setores da economia criativa por meio de uma programação diversificada e de periodicidade anual. Porém, a ausência dos dados citados não permite uma avaliação mais assertiva da política, no sentido de mensurar o alcance e os reais impactos no seu público-alvo, bem como na cidade.

## 2. PROGRAMA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DO DESIGN DE FORTALEZA (PROGRAMA DE COOPERAÇÃO E INTERCÂMBIO)

O Programa de Cooperação e Intercâmbio é uma das três iniciativas em nível internacional previstas originalmente no Dossiê da Candidatura (2018) e se refere à cooperação e ao intercâmbio internacional, principalmente com cidades pertencentes à RCCU. Seu objetivo é o de implementar a cooperação entre as cidades da RCCU em projetos de interesse mútuo, mediante a realização de residências técnicas de consultores e especialistas convidados, além de treinamento técnico e acadêmico para estudantes e profissionais do setor. Os impactos e resultados esperados, conforme o documento, dar-se-iam a partir de projetos e eventos bilaterais e multilaterais, o desenvolvimento de pesquisa em design e o intercâmbio de boas práticas da área.

De acordo com o Relatório de Renovação da Chancela (2022), o programa passou por uma reformulação e foi expandido para se tornar o Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza. Essa ampliação permitiu o aumento da participação da cidade em eventos globais, o que inseriu sua presença no cenário internacional do design. A iniciativa envolveu diversas ações voltadas para a promoção e internacionalização do design local, incluindo exposições, intercâmbios acadêmicos e técnicos, além da participação em eventos internacionais. O programa se estruturou a partir da articulação com instituições parceiras, como universidades, centros de inovação e entidades governamentais, na busca de estabelecer redes de colaboração que viabilizassem a difusão do design produzido em Fortaleza.

Como principais ações e resultados de relevância entre as atividades realizadas pelo programa nos últimos anos, destacam-se:

- **Exposições internacionais:** Fortaleza participou de eventos em Covilhã (Portugal) e Barcelona (Espanha), apresentando trabalhos de designers locais na promoção do intercâmbio cultural.
- **Parcerias estratégicas:** Colaboração com cidades como Asahikawa (Japão) para desenvolvimento de projetos conjuntos.
- **Intercâmbios acadêmicos e profissionais:** Estabelecimento de programas de residência técnica e cooperação acadêmica entre instituições de ensino de Fortaleza e outras cidades da RCCU.

- **Participação em eventos da RCCU:** Engajamento contínuo nas reuniões anuais da rede, no fortalecimento da troca de experiências e boas práticas entre as cidades criativas do design.

A seguir, o Quadro 11 apresenta um resumo das ações do programa antes e depois de sua reformulação:

**Quadro 11** – Resumo das ações previstas e realizadas do programa

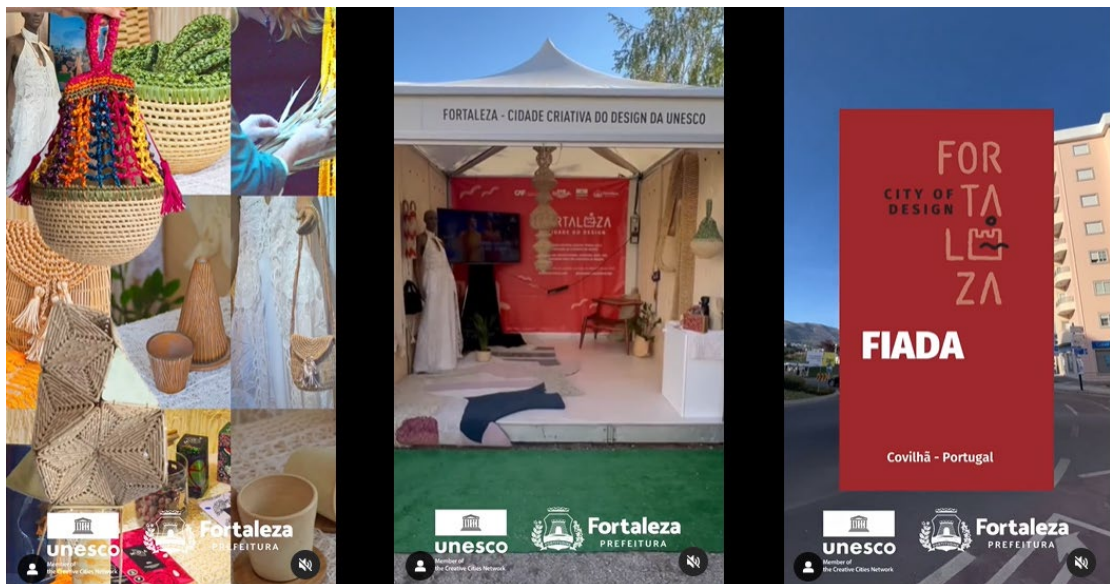
ASPECTO	PROGRAMA DE COOPERAÇÃO E INTERCÂMBIO	PROGRAMA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DO DESIGN DE FORTALEZA
	AÇÕES PREVISTAS	AÇÕES REALIZADAS
<b>Objetivo</b>	Estabelecer cooperação entre cidades da RCCU	Expansão da presença de Fortaleza no cenário global do design
<b>Escopo</b>	Residências técnicas, treinamento profissional	Cooperação técnica e acadêmica com cidades selecionadas
<b>Ações principais</b>	Exposições e maior presença em eventos internacionais	Exposições e eventos internacionais, novas parcerias e intercâmbios ampliados
<b>Cidades envolvidas</b>	Cidades da RCCU na América Latina e Europa	Expansão para cidades da Ásia e outras regiões
<b>Resultados esperados</b>	Troca de conhecimentos entre especialistas e estudantes	Aumento da visibilidade do design de Fortaleza e fortalecimento da rede global

**Fonte:** Relatório de Renovação da Chancela (2022).

O Relatório de Renovação da Chancela (2022) aponta que, a partir de Fortaleza, foram criados pontos de conexão internacional do Programa de Internacionalização do Design com cidades do continente americano, europeu e asiático onde ocorreram exposições, intercâmbios acadêmicos e parcerias estratégicas. De acordo com o documento, essas iniciativas contribuíram para marcar a presença internacional do design de Fortaleza e ampliar sua visibilidade dentro da Rede de Cidades Criativas da Unesco.

Em Covilhã (Portugal), uma das cidades do design da Unesco, ocorreu a Feira Nacional de Artesanato e Design (FIADA), entre 8 e 11 de setembro de 2022 (Figura 16). Trata-se de uma exposição internacional e um intercâmbio de design em que Fortaleza participou com a conexão entre designers locais e portugueses. A exposição destacou a identidade do design fortalezense, com ênfase no uso de técnicas artesanais e inovação. Além disso, foram discutidas oportunidades de intercâmbio acadêmico e colaboração entre instituições de ensino e pesquisa das duas cidades.

**Figura 16** - Participação de Fortaleza em Covilhã (Portugal). Setembro de 2022.



**Fonte:** Instagram (@fortalezacidadecriativa). Excerto de vídeo promocional. Acesso em 03/02/2025.

Na cidade de Barcelona (Espanha), também outra cidade do design da Unesco, a exposição "Fortaleza - Brasil, Cidade do Design da UNESCO" ocorreu na Barcelona Design Week, evento temático que congrega várias temáticas e vertentes da área, realizado de 16 a 28 de outubro de 2023. Fortaleza apresentou um recorte do design local, com destaque para a sua relação com o artesanato e as técnicas tradicionais de manualidades. O evento teve como tema "Design for Human Future" e aconteceu na unidade do Instituto Europeo di Design, localizada em Carrer de Biada, Barcelona, Espanha, recebendo cerca de 2.000 visitantes ao longo de sete dias (Figura 17).

**Figura 17** - Participação de Fortaleza na Barcelona Design Week. Outubro de 2023.

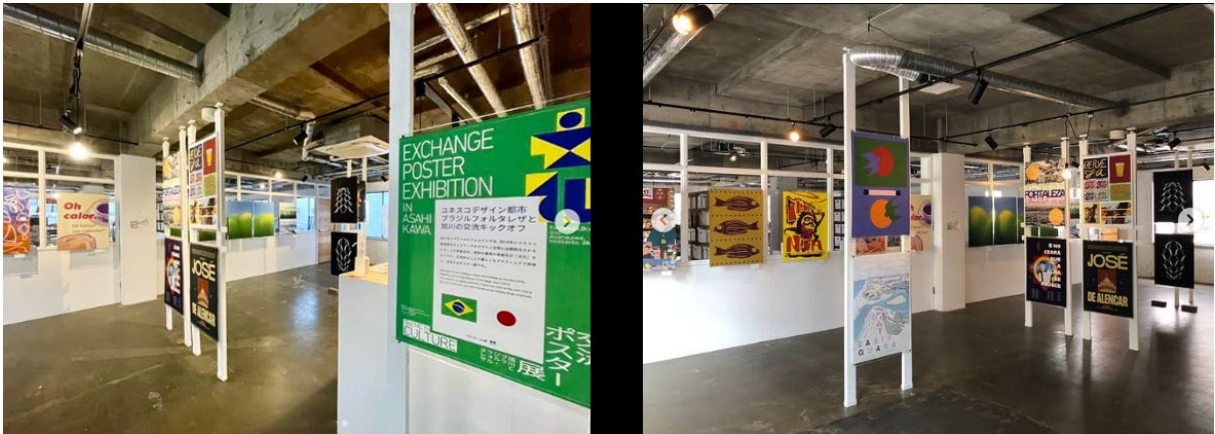


**Fonte:** Divulgação/Prefeitura de Fortaleza<sup>36</sup>.

A Asahikawa Design Week, outro evento temático da área do Design, foi realizada em Asahikawa (Kokkaido, Japão), outra cidade criativa do design da Unesco, entre 20 e 25 de junho de 2023. Foram exibidos 10 cartazes de Fortaleza e 10 de Asahikawa (Figura 18), destacando as semelhanças e diferenças culturais entre as duas cidades. Essa iniciativa, essencialmente da área do Design Gráfico, inspirou a criação da exposição “COD – Poster Brasil”. Essa exposição foi criada para promover a internacionalização do design gráfico das cidades brasileiras da RCCU. A iniciativa reuniu cartazes que representavam visualmente as identidades culturais e urbanas de Fortaleza, Curitiba e Brasília. A exposição (Figura 19) adotou um formato itinerante, realizada simultaneamente nas três cidades, o que permitiu a circulação dos trabalhos e o incentivo ao intercâmbio entre seus designers.

36 Disponível em: <https://www.opinioace.com.br/fortaleza-representa-o-brasil-na-semana-de-design-em-barcelona/>. Acesso em 03/02/2025.

**Figura 18** - Exposição de Cartazes de Fortaleza em Asahikawa (Japão). Junho de 2023.



**Fonte:** Instagram (@fortalezacidadecriativa). Acesso em 03/02/2025.

**Figura 19** - Exposição COD – Poster Brasil



**Fonte:** Instagram (@bsbdesignweek e @adegraf\_df). Acesso em 03/02/2025.

Em Buenos Aires (Argentina), de acordo com o Relatório de Renovação da Chancela (2022), houve um intercâmbio acadêmico e profissional, em que Fortaleza estabeleceu uma parceria com a Fábrica de Inovação e Design de Buenos Aires, promovendo intercâmbios entre designers locais e profissionais argentinos. Entretanto, não havia outros pormenores como o período de ocorrência e outros informes. O programa incluiu residências técnicas e trocas de conhecimento em uma interlocução de instituições acadêmicas de ensino superior com representantes do setor privado.

Ainda que tenha havido muitas ações realizadas durante esse primeiro período de vigência da chancela, não foi possível identificar, a partir dos documentos estudados, dados quantitativos para a avaliação dos impactos causados pelo programa, o que não permite uma interpretação mais aproximada e fidedigna da realidade que se apresentou após a realização das ações desse programa.

### 3. OBSERVATÓRIO DO DESIGN

O Observatório do Design, conforme o Dossiê da Candidatura (2018), foi pensado como um equipamento de integração de todos os agentes relacionados ao design da cidade, na produção de informações da área, com dados locais, regionais e internacionais. Seu objetivo primordial era ser uma plataforma digital para fornecer os elementos essenciais necessários para os processos de tomada de decisão estratégica relacionados à formulação de políticas públicas de inovação e design, além do compartilhamento de metodologias, dados e informações com outras cidades da RCCU.

O sistema proposto pretendia consolidar informações locais, regionais e internacionais relacionadas ao design, permitindo análises comparativas e projeções futuras. Sua plataforma digital previa ser um repositório de estudos, relatórios e tendências, com acessibilidade para diversos stakeholders, como gestores, acadêmicos e profissionais da indústria criativa. Em termos operacionais, o observatório trabalharia em parceria com o Observatório de Gastronomia de Florianópolis para intercâmbio de metodologias e informações (Dossiê da Candidatura, 2018).

A coleta e a organização de dados permitem visualizar a evolução do setor e fundamentar intervenções políticas baseadas em evidências. Abaixo, uma representação dos principais eixos de atuação do Observatório do Design (Quadro 12):

**Quadro 12** - Eixos de Atuação do Observatório do Design

EIXO	OBJETIVO	PRINCIPAIS AÇÕES
<b>Coleta de Dados</b>	Monitoramento do setor de design	Levantamento estatístico e análise comparativa
<b>Pesquisa e Desenvolvimento</b>	Geração de conhecimento aplicado ao setor	Estudos de tendências e impactos econômicos
<b>Difusão do Conhecimento</b>	Disponibilização de informações para stakeholders	Plataforma digital e relatórios setoriais

**Fonte:** Autoria própria com base no Dossiê da Candidatura (2018).

O impacto previsto incluiu a maior integração entre políticas municipais e demandas do mercado criativo, melhor previsibilidade para decisões econômicas e incentivo a iniciativas sustentáveis no setor. O observatório também previa gerar parcerias entre instituições acadêmicas e empresariais, fomentando projetos que contribuíssem para o fortalecimento do design como eixo estruturante da economia local.

No que diz respeito à sua implantação formal, o Relatório de Renovação da Chancela (2022) aponta que esse equipamento está em processo de desenvolvimento com base em iniciativas como o Atlas do Capital Humano e o Censo de Designers. Essas ações são realizadas em processo de colaboração entre a Prefeitura de Fortaleza e a Federação de Indústrias do Ceará (Fiec) e elaborados pelo Instituto de Planejamento de Fortaleza (Iplan).

De acordo com Relatório de Renovação da Chancela (2022), o Atlas do Capital Humano, lançado em 23 de março de 2022 (Figura 20), pretende ser uma plataforma analítica com dados necessários que irão subsidiar avaliações do processo formativo dos profissionais de design na capital cearense. A partir desses dados, são gerados relatórios anuais, além de um painel dinâmico sobre a educação básica, profissional de nível médio e superior e de curta duração da área. A outra iniciativa, o Censo de Designers de Fortaleza, objetiva realizar uma abrangente pesquisa socioeconômica, de modo a obter uma visão detalhada do panorama geral dos profissionais e empresas do setor de Design da cidade.

**Figura 20** - Card de divulgação do Lançamento do Atlas do Capital Humano.



**Fonte:** Instagram (@fortalezacidadecriativa). Acesso em 05/02/2025.

Por fim, a documentação consultada não apontou a implantação formal do Observatório de Design ou mesmo uma descrição mais pormenorizada das iniciativas citadas que subsidiariam seu desenvolvimento, bem como seus possíveis efeitos e resultados práticos para os quais esse equipamento foi proposto.

## **7.4 Governança e gestão da chancela**

### **7.4.1 O Comitê Gestor**

O modelo de governança realizado pela prefeitura de Fortaleza, conforme descrito no Dossiê da Candidatura da Chancela (2018), é efetivado em conjunto com órgãos colegiados (conselhos escolares, de saúde, tutelares, de políticas públicas, além de fóruns territoriais, associações e federações de classes) “com ampla participação popular”, conforme descrito naquele documento. É um modelo institucionalizado que apresentava à Unesco a capacidade de organização da cidade na administração municipal e na aplicação das políticas públicas urbanas.

No que diz respeito à chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco, o modelo de gestão e governança adotado segue características semelhantes, no que diz respeito à participação diversa e colaborativa de atores para a coordenação, a condução e o direcionamento de ações planejadas. O Comitê Gestor para as Ações da Chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco foi instituído como instrumento de articulação e monitoramento das atividades necessárias para a manutenção e renovação do reconhecimento internacional conferido a Fortaleza. A sua criação baseia-se em dispositivos legais municipais – em especial o Decreto n.º 15.162/2021 (Fortaleza, 2021) – e em atos subsequentes de atualização, como a Portaria n.º 006/2023 (Fortaleza, 2023), que definem a estrutura, competências e composição do comitê. Os referidos documentos legais encontram-se, respectivamente, nos Anexos I e II desta pesquisa.

A principal atribuição do comitê consiste em coordenar a elaboração, implementação e avaliação do Plano de Ações que viabilizam a efetivação dos compromissos assumidos no âmbito da Rede de Cidades Criativas da Unesco. Entre as atividades desenvolvidas encontram-se o intercâmbio de informações e a cooperação técnica com órgãos municipais, estaduais, federais, organismos internacionais e a sociedade civil organizada, bem como a identificação de problemas e a proposição de diretrizes para o cumprimento dos projetos previstos no Dossiê da Candidatura (2018) e no Relatório de Renovação da Chancela (2022).

Além de definir estratégias de ação, o Comitê Gestor assume a função de instituir grupos temáticos e comissões de estudo, quando necessário, de modo a subsidiar as decisões com base em análises específicas de matérias pertinentes à

área do Design. Dessa forma, conforme a Portaria n.º 006/23, busca-se garantir que o design seja efetivado como linguagem de inovação e instrumento de inclusão social e produtiva (Fortaleza, 2023) e contribuir para a consolidação de políticas públicas e o estímulo à economia criativa local por meio de parcerias institucionais.

A composição do comitê é definida pela indicação de representantes e seus respectivos suplentes por parte de diversos órgãos e entidades em cooperação para a realização das ações da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design. Entre os integrantes, encontram-se representantes do poder municipal e da sociedade civil organizada, além da participação do setor acadêmico, o que amplia a abrangência das perspectivas e experiências trazidas para o gerenciamento das ações (Fortaleza, 2021; Fortaleza, 2023).

A seguir, apresenta-se a composição do Comitê Gestor, composta por 22 membros titulares e igual número de suplentes, conforme a Portaria n.º 006/2023 (Fortaleza, 2023):

- Gabinete do Vice-Prefeito (GABVICE);
- Assessoria de Assuntos Institucionais/Gabinete do Prefeito;
- Fundação de Ciência, Tecnologia e Inovação (CITINOVA);
- Instituto de Planejamento de Fortaleza (IPLANFOR);
- Secretaria Municipal da Cultura de Fortaleza (SECULTFOR);
- Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico (SDE);
- Secretaria Municipal de Turismo (SETFOR);
- Coordenadoria de Comunicação Social/  
Secretaria Municipal de Governo (SEGOV);
- Coordenadoria de Publicidade e Marketing/  
Secretaria Municipal de Governo (SEGOV);
- Secretaria de Juventude (SEJUV);
- Secretaria da Cultura do Ceará (SECULT – quando aplicável);
- Associação Ceará Design;
- Fecomércio Ceará;
- FIEC (Federação das Indústrias do Estado do Ceará);
- Instituto Juventude e Inovação;
- Instituto CUCA;
- Instituto Cultural Iracema;
- Instituto dos Arquitetos do Brasil;
- Instituto Dragão do Mar;
- Instituto Mirante;
- Universidade Federal do Ceará;
- Universidade de Fortaleza.

As competências atribuídas ao comitê englobam, de forma resumida, as seguintes atividades, conforme Quadro 13:

**Quadro 13** – Competências do Comitê Gestor para as Ações da Chancela

<b>COMPETÊNCIA</b>	<b>DESCRIÇÃO RESUMIDA</b>
<b>Elaboração do Plano de Ações</b>	Formulação e acompanhamento das ações para manutenção e renovação da chancela
<b>Intercâmbio institucional</b>	Promoção do diálogo entre órgãos públicos, privados e organizações da sociedade civil
<b>Identificação de problemas e proposição de diretrizes</b>	Análise das demandas e definição de estratégias para os projetos previstos no dossiê
<b>Instituição de grupos temáticos</b>	Criação de comissões para estudos específicos e apoio à tomada de decisão
<b>Viabilização do design como instrumento de inclusão e inovação</b>	Adoção do design como ferramenta para fomentar políticas de economia criativa e inclusão
<b>Captação de recursos e articulação de parcerias</b>	Estímulo à obtenção de apoio financeiro e colaboração técnica com entidades externas

Fonte: Autoria própria, com base em Fortaleza (2021) e Fortaleza (2023).

A estrutura organizacional definida pelo Comitê Gestor possibilita a integração dos diferentes atores envolvidos na promoção do design como elemento estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável, a partir das ações da chancela. Na atuação em diversas frentes, essa integração favorece a implementação das ações, desde a formulação de políticas públicas até a execução de programas de formação e incentivo à economia criativa. O conjunto de medidas visa fortalecer a identidade da cidade no cenário internacional, por meio da ampliação do intercâmbio técnico e cultural entre Fortaleza e as demais cidades integrantes da Rede de Cidades Criativas da Unesco.

Em síntese, o Comitê Gestor para as Ações da Chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco configura-se como um instrumento institucional que reúne representantes de órgãos governamentais, setor acadêmico e sociedade civil para promover, coordenar e avaliar as iniciativas destinadas à consolidação do design como linguagem estratégica para o desenvolvimento urbano. A sua atuação, pautada pela cooperação intersetorial e pelo planejamento integrado, busca assegurar o cumprimento dos compromissos internacionais assumidos e viabilizar a transformação das práticas de gestão pública e de desenvolvimento econômico e social.

#### **7.4.2 O ponto focal (“focus point”)**

Um aspecto importante a se considerar no contexto da chancela de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco, sobretudo no quesito da sua gestão e governança, é a figura do ponto focal, ou, “focus point”, nomenclatura reconhecida pela própria Unesco para identificar esse agente de interlocução em sua Rede de Cidades Criativas (Unesco, 2021).

O ponto focal da chancela de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco é um agente de gestão que desempenha um papel estratégico na coordenação, articulação e monitoramento das ações necessárias para a implementação e manutenção do título. Suas funções principais incluem a organização do Plano de Ações da chancela, em que ele deve assegurar que as iniciativas sejam executadas de forma integrada entre os diferentes setores envolvidos. Além disso, faz parte de sua atuação ser o principal canal de comunicação entre órgãos governamentais, parceiros externos e a Rede de Cidades Criativas da Unesco, por meio do intercâmbio de informações e da promoção da cooperação técnica interinstitucional.

Esse gestor específico também é responsável pelo monitoramento e avaliação dos indicadores de desempenho das iniciativas, permitindo ajustes e garantindo que os compromissos assumidos sejam cumpridos de forma eficaz. Outro aspecto fundamental de suas atribuições é a representação institucional, na participação de eventos, fóruns e interações internacionais de modo fortalecer a imagem de Fortaleza como referência no campo do design como parte das ações previstas.

No início do primeiro quadriênio (2019 a 2022) de concessão da chancela e durante o biênio final (2020 a 2021) da gestão da Prefeitura de Fortaleza, à época, o ponto focal da Unesco estava conectado ao Instituto Iracema, OS que administra os equipamentos culturais da cidade e que estava à frente da gestão da chancela. A partir de 2021, com a nova gestão municipal, ele é formalmente transferido e contratado pela Vice-Prefeitura de Fortaleza, que, por sua vez, passou a gerenciar as ações e iniciativas da chancela.

## 8. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os conteúdos constantes nas entrevistas semiestruturadas desta pesquisa permitiram a análise dos dados de acordo com a metodologia adotada com base em Bardin (2011), explicitada no capítulo 6 e concatenadas com os dados encontrados no acervo documental desenvolvido no capítulo 7.

Os dados das entrevistas inicialmente resultaram em um total de 73 códigos, dos quais 24 foram desconsiderados de imediato. Embora se tratasse de temas relevantes, não estavam necessariamente ligados ao objeto da pesquisa, o que resultou, portanto, em uma diferença de 49 códigos. Em um filtro seguinte, foi realizada a organização em grupos ou categorias, e, ainda que alguns códigos resultantes tivessem um sentido comum e pudessem ser mesclados, optou-se, em um primeiro momento, por mantê-los individualizados, visto que havia a interposição e a repetição desses códigos em mais de uma categoria.

Por conseguinte, foi realizada uma nova seleção a partir das cinco qualidades (exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade, produtividade) de uma categoria apontadas por Bardin (2011), explanadas na seção 6.5 do capítulo 6 desta pesquisa. Desse modo, os 49 códigos resultantes foram agrupados em três categorias distintas. As categorias definidas e o respectivo quantitativo, inicial e final, estão relacionados na Tabela 1:

**Tabela 1** – Categorias definidas a partir da análise das entrevistas

CATEGORIA		QTD. INICIAL	QTD. FINAL
1	Compreensão sobre Cidades Criativas	14	9
2	Ações da Chancela	37	23
3	Participação Inclusiva dos Designers	22	17
<b>TOTAIS</b>		<b>73</b>	<b>49</b>

**Fonte:** Autoria própria.

Esse resultado decorre dos termos mais relevantes e recorrentes, os quais se relacionam com os objetivos do presente trabalho. Especificamente, a categoria 1) Compreensão sobre Cidades Criativas, teve nove códigos encontrados e procura responder o primeiro objetivo específico desta pesquisa. A categoria 2) Ações da

Chancela, teve 23 códigos encontrados e atende ao segundo objetivo específico do corrente trabalho. A categoria 3) Participação Inclusiva dos Designers, resultou em 17 códigos e visa atender ao terceiro e último objetivo específico. A seguir, as categorias definidas são devidamente pormenorizadas analiticamente, com seus respectivos resultados.

## **8.1 Categoria 1 – COMPREENSÃO SOBRE CIDADES CRIATIVAS**

O conceito de Cidade Criativa do Design é resultado de uma interseção entre criatividade, inovação e cultura, fatores essenciais para o desenvolvimento urbano e social, como apontado por Landry (2000) e Reis (2011, 2017). A compreensão desse conceito, do ponto de vista dos entrevistados, é importante no sentido de perceber se os seus relatos se coadunam com os achados encontrados na pesquisa e se suas falas influenciam a sua perspectiva pessoal sobre a chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco.

O bloco que aborda as questões dessa categoria foi composto por três perguntas. A primeira questionava o entrevistado acerca de sua compreensão sobre o conceito de "cidade criativa", ou seja, o que ele entendia pela ideia de "cidade criativa" e o que isso significaria para ele. A segunda pergunta tratava de quais características ou elementos são essenciais para que uma cidade seja considerada criativa. Por fim, foi perguntado como o entrevistado avaliava a importância desses elementos e como eles se conectariam entre os diferentes atores (Exemplo: designers e gestão pública, gestão pública e população, designers e população) no contexto das cidades criativas. Um aspecto importante observado nas respostas coletadas é que, por vezes, havia interposições entre elas, com termos abordados de uma questão em outra, o que não necessariamente prejudicou a análise.

### **8.1.1 Conceito de Cidade Criativa**

Na compreensão do conceito de cidade criativa, Landry (2000) afirma que a classe artística desempenha um papel central na cidade, em que a imaginação e a criatividade são elementos que definem suas características e o seu espírito urbano.

Nesse sentido, o entrevistado E5 relata que "é uma valorização do que a pessoa sente, o valor próprio, o sentimento de pertencimento daquelas pessoas

naquela cidade” (E5). Esse senso de pertencimento também é identificado na fala do entrevistado E6, que também o relaciona à questão da identificação cultural: “Outra coisa que caracteriza uma cidade criativa a questão do pertencimento e da identificação cultural” (E6). Os entrevistados E2 e E4, por sua vez, identificam que

[...] é nessas cidades, hoje, que você tem o fomento ao conjunto de atividades humanas que são consideradas, ou mais criativas ou que tem predominantemente como forma de agregar valor a objetos, produtos, bens e serviços, a criatividade. [E2]

Eu entendo que a cidade criativa tem como se fosse um ecossistema voltado exatamente para o desenvolvimento daquela área específica, aquela área criativa, não só com políticas públicas, que é o foco do que a gente está falando, mas toda rede de empresários, academia, toda a sociedade envolvida nesse desenvolvimento. (E4)

Reis (2011; 2017) considera que uma cidade criativa reúne três características fundamentais, interrelacionadas entre si, além da própria criatividade inerente, apontada por Landry (2000). Essas três características são **cultura, inovação e conexões**, cuja menção foi observada nas entrevistas. O entrevistado E6 relata que “a cidade criativa é uma cidade que ela é fervescente culturalmente, mesmo com todas as diferenças socioeconômicas” (E6) e que inovação é uma de suas definições:

Eu acho que uma cidade criativa ela é sempre inovadora e eu acho que, um ponto que eu esqueci de falar que essa coisa do fortalezense ser muito inovador em muitos aspectos. A inovação caracteriza uma cidade criativa e eu acho que se a gente tem muito de inovação. (E6)

Cidades criativas têm pessoas curiosas, porque se ela quer inovar, ela precisa entender para poder fazer aquilo dali. Então, eu acho que curiosidade, inovação, transformação, e uma certa leveza nas coisas difíceis da vida. (E6)

Então, é uma coisa que já é da cultura, essa inovação. A inovação na gastronomia, a inovação no próprio design, a inovação na produção de arte, a inovação no cinema. Assim, eu acho que inovação seria um outro ponto que eu acho que é legal, que caracteriza uma cidade criativa. (E6)

No aspecto da conexão, como uma das características apontadas por Reis (2011; 2017), os relatos dos entrevistados E4, E6 e E7 harmonizam com Landry (2000), o qual afirma que o conjunto de partes interessadas (gestores públicos, a própria comunidade e outros atores) pode conectar-se de modo a elaborar estratégias criativas e inovadoras na formulação de políticas públicas. Como apontam Landry (2000) e Reis (2011), para que uma cidade criativa atinja seu potencial, é necessária

uma interação contínua entre os atores sociais e uma cultura participativa baseada em conexões urbanas efetivas.

[...] ela tem uma série de atores, que aí, desde a iniciativa privada, academia, instituições governamentais, todo esse contexto interconectado e falando a mesma língua, e de uma forma que isso gere alguma construção real, a partir daquela linguagem. [...] num ponto de vista ideal, uma cidade criativa seria isso, uma cidade em que existe uma sinergia de vários atores para que, a partir daquela cidade criativa, seja qual ela for, eu consiga gerar um impacto na vida das pessoas e da cidade. (E4)

[...] uma cidade criativa é uma cidade que ela consegue ver, assim, enquanto gestão, enquanto grupo de pessoas vivem naquela cidade, as potencialidades e todas as soluções que já acontecem de forma, de maneira informal, que gera uma riqueza cultural. [...] Eu acho que a questão da escassez, que gera o fazer muito com pouco, eu acho que isso é uma característica da cidade criativa. (E6)

[...] Eu vejo cidade criativa nesse sentido de ter instituições integradas, tanto entre instituições para se estabelecer parcerias entre elas, quanto integradas com as necessidades do seu território e ele informa as instituições tanto que criatividade vai ser essa, como e para o que essa criatividade vai ser utilizada. Parcerias fortes entre instituições e instituições integradas. Como eu disse, para uma cidade funcionar ela precisa de mobilidade, ela precisa de segurança, ela precisa de um equipamento que está ligado, conectado com o seu território. (E7)

Outros aspectos considerados na definição de Landry (2000) sobre cidades criativas também foram observados. São condições e características que englobam a preocupação com a sustentabilidade ambiental, a inclusão e a diversidade, o engajamento do cidadão e a adoção de políticas públicas transdisciplinares, bem como a presença da criatividade em setores da sociedade e da economia, de estruturas de regulação e de incentivo a um modo de pensar criativo, além da valorização de talentos nativos. Os relatos dos entrevistados identificam essas questões, entretanto observa-se um tom crítico em suas falas:

Eu sempre disse que o nosso Design urbano precisa melhorar, que a gente precisa contratar melhor obras e com materiais diferentes, só utilizando um aspecto disso, materiais mais sustentáveis. (E2)

Eu entendo que a parte da criatividade pode sustentar uma mudança, uma transformação por onde ela for, principalmente se for algo voltado para sustentabilidade e para inserção de pessoas em outros contextos. (E4)

Então, há muitas coisas que estão surgindo por aí, mas de forma muito independente e não em forma inclusiva, em um currículo. E aí, se a gente tivesse um órgão governamental que não estivesse relacionado a empresas privadas, que fosse realmente uma política pública, que ensinasse alguém pelo menos as diretrizes de vários locais, de ter um design por essa perspectiva sustentável, ecológica e que repense criticamente os materiais que estamos utilizando nos nossos projetos. [...] Na realidade, você tem um

outro tipo de resultado, que aí é o oposto do que se pretende ser sustentável e inclusivo. (E7)

Acho que não faz muito sentido, a gente só atuar de uma forma que simplesmente mantenha as relações, mas a gente busca uma forma de atuação do campo do design, onde a gente consiga transformar as relações de trabalho, as relações de poder, as relações de produção, as linhas de produção, trazer outros conceitos para dentro dessas linhas de produção, como uma ecoeficiência, por exemplo, de trabalhar com outras formas mais eficientes e ecológicas. (E9)

Ainda sobre a discussão anterior, no que diz respeito, especialmente, às questões relacionadas às políticas públicas transdisciplinares, o entrevistado E4 afirma que “a política pública tem que ser pensada não só pontualmente. Ela tem que ser pensada como vai ser desenvolvida depois” (E4). Essa ideia é complementada pelo relato do entrevistado E3:

A falta de política pública faz com que a indústria cearense não contrate design, não invista em design, não veja o design como diferencial estratégico. Então, é o que eu te falei, em 1999, século passado, a gente já discutia sobre isso. E hoje a gente continua discutindo sobre as mesmas questões, que são questões fundamentais, são pilares para a gente construir uma cidade criativa, e a gente continua conversando sobre isso. (E3)

Em outras questões, como as estruturas regulatórias e, sobretudo, a valorização dos talentos internos, há outras críticas importantes apontadas por parte dos entrevistados sobre esses aspectos ligados à ideia de cidade criativa e apontados no discurso de Landry (2000) e Reis (2011, 2017):

[...] dentro de uma visão ideal, uma cidade criativa do design, precisaria ter toda uma rede de atores envolvidos trabalhando aquela linguagem de uma maneira que aquilo gere um impacto real, que ela realmente melhore a vida das pessoas. (E3)

[...] Então, acho que falta essa cultura de cidade criativa. A gente tem a coisa implementada, a gente tem grana (sic), mas a gente não tem a estratégia de descentralização dessa grana (sic) e dessa política. (E7)

Eu vou falar da minha vivência atuando no campo do design, na cidade de Fortaleza, mas em outras relações de formação anterior, de trabalho, eu acho que essa palavra “criativa” muitas vezes é usada num sentido de reforçar, muitas vezes, uma precarização do trabalho. [...] Acho que a gente pode se apropriar disso nesse sentido, não como uma Cidade Criativa que está dando um jeito de se parecer com o modelo europeu, mas como uma Cidade que pensa outras formas de se estabelecer. (E9)

### 8.1.2 Práticas inclusivas em cidades criativas

Na compreensão do conceito de cidade criativa e como ele se relaciona com o objeto desta pesquisa, são abordados outros aspectos, os quais se referem às práticas inclusivas e à participação social e inclusiva de profissionais da área do Design. Sobre esse último aspecto, em específico, ele será abordado mais detidamente na seção 8.3, que trata da categoria “participação inclusiva dos designers”.

Em sua reflexão sobre a inclusão em cidades criativas, Sasaki (2010) aborda que elas se tornam um ambiente inclusivo quando oferecem espaços e oportunidades que permitam uma diversidade participativa na produção e no consumo cultural. O autor ainda cita que o ambiente urbano deve estar propício à participação da comunidade e à colaboração intersetorial, o que garantiria a ativação de processos inclusivos nesse modelo de cidade (Sasaki, 2010). Esse aspecto é percebido no relato do entrevistado E9, quando ele cita a importância da política pública na participação comunitária e no apoio às políticas afirmativas, porém com a necessidade de um diálogo mais igualitário e sem uma relação de subserviência com os padrões ocidentais:

E aí a gente está sempre trazendo formas de atuar ligadas à política pública, buscando o que da política pública já existe, que é importante para a gente reproduzir, por exemplo, as políticas afirmativas, todos os nossos chamados públicos, consideram os fatores de política afirmativa, racial, de gênero e de renda. (E9)

A política pública, usando essa diretriz das políticas afirmativas, também fazer uma analogia, a de trabalhar com a pessoa, o indivíduo, e trabalhar com o país, com um alcance mais nacional, e entendendo também que a gente precisa conectar internacionalmente, com foco nesse sul global, onde a gente pode trocar um diálogo mais de igual para igual, trocando experiências de fato, sem uma relação de poder tão diferente que é quando se estabelece com o norte, através de um domínio econômico, até tecnológico. (E9)

Outra questão, dessa vez levantada por Healey (1997), é a importância da governança colaborativa e a criação de plataformas participativas e que integrem as vozes das comunidades nos processos de decisão. A autora também aponta que a integração cooperada entre governo, academia e setor privado, juntamente com a participação ativa da comunidade, pode facilitar a inclusão social e a inovação urbana. Porém, devido às dinâmicas de poder e aos possíveis conflitos de interesse oriundos

desse processo colaborativo, pode haver um comprometimento das ações, sobretudo no atendimento às necessidades dessas comunidades.

Os entrevistados E4 e E7 observam essas questões de conflito de interesses como um risco latente, em função da não inclusão dos atores comunitários nos processos decisórios. O entrevistado E8, além dos aspectos observados, também cita a falta de diálogo e de integração interinstitucional, no contexto político, como outro fator importante nessa discussão:

Mesmo as pessoas que dizem que têm esse contato com a comunidade, isso tem na verdade, alguns estão explorando a comunidade e estão fazendo isso de novo. (E4)

Como que eles conseguem ser incluídos nas pautas públicas? Porque são pessoas que são articuladas, possuem articulação comunitária e que têm os seus conselhos, os seus fóruns, mas que estão sempre um passo atrás, e não porque eles querem, mas porque eles são levados a dar um passo atrás, nas decisões políticas. Porque chega um plano lá de cima e vai ser isso agora, vocês que se virem. (E7)

Mas ainda há muito o que fazer, para que mais pessoas, não apenas da periferia, mas também de outros bairros de Fortaleza, possam participar mais ativamente. E claro, isso ser aberto também e ser mais divulgado para a população de maneira geral, para que a ela também participe com tudo isso que está sendo ofertado. [...] O que eu vejo, especificamente na cidade de Fortaleza, pelo menos nesses últimos anos, que tanto a prefeitura como o governo do Estado, de certa maneira, de forma muito autônoma e não integrada. (E8)

Na complementação desse debate sobre as práticas inclusivas em cidades criativas, Reis (2011) e Sasaki (2010) observam a gentrificação, um processo em que, segundo os autores, há a expulsão de comunidades de baixa renda residentes em áreas socialmente degradadas e que são substituídas por empreendimentos empresariais e imobiliários de médio e alto padrão. É um fenômeno que pode estar implícito em um processo de regeneração urbana e de redesenvolvimento, conceitos citados no discurso do entrevistado E2:

[...] deveria dar uma contribuição para a cidade de Fortaleza, efetiva, que era num processo de regeneração urbana da Praia de Iracema, num processo de redesenvolvimento da Praia de Iracema. (E2)

Nesse conceito de redesenvolvimento eu tive a oportunidade de ter mais contato com ele quando eu fui para Singapura. Lá eles trabalham com uma ideia não de regeneração urbana, mas redesenvolvimento. A cada ciclo de 30 anos a cidade precisa se redesenvolver. Portanto, eu tenho que alterar determinados espaços da cidade para que ele se adapte a essa nova realidade. (E2)

Então, se antes um determinado lugar era essencialmente para residência, agora por conta de uma mudança geracional, as pessoas querem morar em outra parte da cidade, porque já tem mais oportunidade. Então, esse lugar vai ser o quê agora? Agora esse lugar pode ser um shopping, pode cumprir outras funções que a cidade demanda. (E2)

O processo de exclusão gerado pela gentrificação, segundo Reis (2011), revela um contraste no discurso dos benefícios da cidade criativa, o que agrava as desigualdades já existentes. Em oposição ao entrevistado E2, esse aspecto é observado na fala do entrevistado E7, que ressalta a necessidade constante de diálogo e, principalmente, de escuta:

E que cidade criativa é essa que só está na beirada de praia e não está dentro das periferias? Então, tem um trabalho grande a ser feito que é realmente quem está pensando isso e qual seria mesmo esse plano. Porque se o plano for continuar higienizando essa parte da beirada da praia, não é tão criativo assim, não é? (E7)

Primeiro, conversar com as pessoas antes de elaborar qualquer plano. Então, usando esse exemplo específico, por exemplo, do Poço da Draga, uma comunidade centenária de pescadores que já está ali há muitos anos, tem muita história para contar, tem muita coisa para ensinar, mas a gente que tem que aprender com eles. (E7)

### **8.1.3 A formação de um campo sobre cidades criativas: reflexões**

Por fim, a formação de um novo campo de conhecimento em torno das cidades criativas também foi um aspecto relevante encontrado nas entrevistas. Para além do que foi levantado na fundamentação teórica desta pesquisa, é importante destacar outros significados junto aos conceitos já estudados.

Um exemplo disso é o que explana o entrevistado E2, quando cita Pierre Bourdieu, na perspectiva da criação de um novo campo de conhecimento a partir de questionamentos fundamentais sobre a ação produtiva de profissionais do setor criativo, em específico, os designers, e que podem indicar uma nova forma de pensar a cidade criativa, a partir da experiência de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco:

Hoje você já tem, numa visão alargada de tudo isso, de todo esse campo, você tem artesãos que as pessoas estão definindo como designers, não mais como artesãos. Então, quer dizer, a gente está no processo de formação de um campo, no sentido do Bourdieu. E todo o processo de formação de um campo ele passa por uma discussão sobre quem são os legítimos e ilegítimos desse campo. Quem são as autoridades desse campo? Quem foram os precursores desse campo? Então, a gente está exatamente num processo de

formação de um campo de conhecimento e, portanto, de um campo também de ação prática. (E2)

Outro ponto observado, ainda nessa perspectiva de formação de um novo campo de conhecimento é o explicitado pelo entrevistado E9, sobre uma nova lógica de organização social e econômica para os contextos urbanos criativos baseada em princípios da ancestralidade, na relação harmônica com a natureza e na crítica ao modelo padrão estabelecido:

Eu estou me aproximando de um conceito, que é o bem viver. Eu já tinha ouvido falar, mas agora que eu estou tentando me aproximar mais, conhecer melhor. Não sei se você já ouviu falar, que se trata de formas de organização social e econômica, a partir das sociedades andinas e amazônicas, dos povos indígenas andinos e amazônicos, que são de fato povos que conseguiram resistir a uma colonização, então a gente tem uma cultura contra colonial, há 500 anos estão sobrevivendo sem se submeter necessariamente ao colonizador ou a essa lógica colonizadora, que vem desde o expansionismo marítimo europeu, passa pela ideia de progresso, e depois de desenvolvimento, que é uma ideia muito impregnada na gente e nós não conseguimos pensar dissociados dessa ideia de desenvolvimento. (E9)

Isso traz referência à Bolívia e ao Equador em 2008, que trouxeram essa temática para dentro da Constituição do país onde a Bolívia traz o direito da natureza, ou seja, traz direitos humanos e direitos da natureza para dentro da Constituição, e aí tentando discutir, rediscutir, toda essa forma de organização social. Eu estou misturando essas ações, mas para pensar que a Cidade Criativa, acho que a gente funciona como uma forma de pensar fora do *modus operandi padrão*, que questiona também os *status quo* estabelecidos. (E9)

Os achados empíricos desta categoria, por meio do alinhamento com a fundamentação teórica, evidenciaram uma compreensão sobre o conceito de cidades criativas e as suas características em consonância com os descritos por Landry (2000) e Reis (2011; 2017), além de apontarem a relevância da inclusão social e da conexão entre diferentes setores da sociedade para o sucesso desse modelo urbano, bem como os riscos e contradições inerentes às ações decorrentes das políticas implementadas a partir dele.

## **8.2 Categoria 2 – AÇÕES DA CHANCELA**

A análise das ações da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design, objeto desta segunda categoria analítica, é tratada, essencialmente, a partir da análise documental realizada no capítulo 7, que revela um conjunto de iniciativas voltadas para a transformação social, o desenvolvimento da economia criativa local e a integração entre diferentes atores e setores.

As questões referentes a essa categoria visavam arguir os gestores (Grupo I), no sentido de perceber aspectos não identificados ou pouco esclarecidos sobre as ações e iniciativas e também sobre o processo de gestão e governança da chancela. No entanto, os outros atores, os profissionais designers, (Grupo II) também revelaram suas impressões e experiências, o que foi fundamental para a confirmação e a contraposição de fatos e acontecimentos.

Na documentação técnica consultada nessa pesquisa, em especial, a partir do Dossiê da Candidatura (2018) e do Relatório de Renovação da Chancela (2022), esmiuçados no capítulo 7, foi identificada uma série de ações e iniciativas a partir de projetos estratégicos implementados no período do primeiro quadriênio de atuação (2019-2022). Dessas iniciativas, de acordo com o Dossiê da Candidatura (2018), relacionam-se três delas em nível de cidade – a KUYA Centro de Design do Ceará, o Distrito Criativo de Fortaleza, as Escolas Criativas da Juventude – e outras três em nível internacional – a Jornada Mundial do Design, o Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza e o Observatório do Design.

### **8.2.1 KUYA Centro de Design do Ceará**

Em se tratando da KUYA Centro de Design do Ceará, ele aparece como um equipamento estratégico para a formação e experimentação de novas práticas em design e economia criativa. É uma das iniciativas mais mencionadas por parte de todos os entrevistados, com cerca de 53 citações em relação às outras ações, o que indica uma significativa relevância desse equipamento no contexto da cidade de Fortaleza. O entrevistado E3 relata que o Centro de Design havia sido proposto, especialmente, a partir de uma iniciativa especialmente patrocinada pelo governo estadual, incluída no pacote de ações da candidatura da chancela:

Foi uma coisa construída, uma ideia construída dentro desse processo que foi apresentada ao governo do Estado para que patrocinasse isso. [...] Então, se tornou real aquela ideia da construção do Centro de Design do Ceará, onde novamente, depois de um período inicial de construção de ideias, se deixou de lado novamente a associação de ideias, para a construção da coisa. (E3)

A criação do KUYA Centro de Design do Ceará é uma coisa de grande impacto, mesmo sendo uma política tocada pelo governo do estado, mas que foi a partir da chancela de Fortaleza. (E6)

Embora tenha sido uma iniciativa incorporada ao rol de ações propostas pela cidade quando da candidatura e concessão da chancela de cidade criativa, a KUYA passa a ter uma atuação não só na capital, mas expansiva a todo o estado do Ceará, visto que se tornaria um equipamento gerido pela Secretaria Estadual de Cultura (Secult-CE), por meio do Instituto Mirante. Com o contexto político do período marcado por rupturas e conflitos partidários entre os governos municipal e estadual, houve mudanças nas relações institucionais que afetaram algumas ações. O próprio Centro de Design, por exemplo, passou a adotar um processo independente e autônomo do que se previa inicialmente, como relata o entrevistado E2:

Eu acho que também nós tivemos um problema que foi a divisão política desse grupo que governava o estado e que governava a prefeitura. Na hora que o grupo se dividiu, a gente perdeu muito da capacidade de produzir impacto, porque acabou que o governo do estado passou a implementar através do KUYA, que é o Centro de Design do Ceará, um processo independente, autônomo daquilo que a gente estava trabalhando na chancela e passaram a criar o seu próprio projeto de como é que eles fomentariam o Design aqui em Fortaleza e no estado do Ceará. Então eu acho que essa ruptura política ela foi ruim para o impacto que se queria em termos de Design. (E2)

Entretantes, alguns aspectos destacados dizem respeito à sua contribuição na inclusão social, no envolvimento de ações de transformação social nas comunidades, na promoção da diversidade, como destacado pelos entrevistados E4 e E8:

A gente tem por exemplo o KUYA [Centro de Design do Ceará]. Ele tem esse processo de ampliar os horizontes do design. Não só do que é design, mas para onde vai o design. Eu acho isso fantástico. Chegar na periferia, chegar em públicos que antes não tinham acesso ao design. Eu acho que nesse ponto eles acertaram muito [...] (E4)

O pessoal da KUYA está fazendo um trabalho um trabalho relevante, porque tem feito alguns encontros e eles têm um viés decolonial, inclusive eles têm um foco nessa inclusão de gêneros e diversidade identitária. (E8)

Outro enfoque marcante desse equipamento, também relatado pelos entrevistados, são as ações formativas e os eventos temáticos desenvolvidos, bem

como a formação de redes colaborativas de fomento à atividade do Design. Isso se alinha com os apontamentos de Healey (1997) sobre governança colaborativa e a necessidade de estruturação de redes participativas.

O KUYA Centro de Design do Ceará, para mim, seria o elo de tudo isso. Porque ele tem acesso, então, às universidades, ao governo do Estado, ao governo municipal, a várias instituições que teriam condições de trabalhar editais, que trabalham com o governo municipal, que trabalham com outras entidades ou mesmo empresas, que poderiam gerar esse negócio dentro da ideia da cidade criativa. (E8)

A gente foi meio que sendo empurrado para criar essa rede, para enxergar essa rede, muito devagarzinho, mas a gente foi falar, conectando-nos com a Rede CUCAS, com as escolas estaduais de tempo integral profissionalizantes. Nós mapeamos os cursos de design que existiam, ligados ao design, design digital, design gráfico, design de moda, design de interiores, e fomos nos conectando, nos aproximando. Inclusive, isso depois foi amadurecendo como programas que a KUYA hoje alimenta e ainda nutre, atuando junto com os outros setores da educação do estado do Ceará. (E9)

Como toda política oriunda de um processo que envolve relações político-partidárias e que perpassa por gestões distintas a cada ciclo eletivo, há a preocupação natural com o risco de distorção de propósitos ou mesmo a sua descontinuidade. São fatos observados nos relatos do entrevistado E9, que apontam a necessidade de um fortalecimento crescente e uma apropriação assertiva da própria classe criativa dos designers:

[...] Um outro é de dar visibilidade a esse projeto, a KUYA. Como política pública, ganhar visibilidade e relevância, para que isso seja algo permanente, para que os designers se apropriem desse espaço, desse equipamento, e que isso seja permanente, uma política pública permanente. Porque a gente conhece várias experiências que têm o início, mas que quando muda a gestão, e se aquilo ali não ganhou relevância, se não ganhou uma projeção maior, ela tem um risco muito grande de se desaparecer. (E9)

### **8.2.2 Distrito Criativo de Fortaleza**

As cidades criativas que possuem uma conexão vital entre design, inovação e sustentabilidade, na atuação de sua classe criativa de designers, fomentam a inovação local a partir de modelos de transformação urbana, de acordo com Han *et al* (2024). Os autores sugerem, em seu estudo, três modelos de inovação local: a transformação metropolitana, que se concentra na reestruturação de grandes áreas urbanas; a comunhão cultural inclusiva, que promove a diversidade e a participação da sociedade, e a colaboração em clusters, que reúne distintos setores e criadores em empreendimentos coletivos.

Os modelos de inovação local citados no estudo de Han *et al* (2024) encontram características similares no Distrito Criativo de Fortaleza, um espaço territorial da cidade voltado ao incentivo e fomento a negócios criativos, clusters, startups, coworkings e outras atividades criativas. É também uma das ações em nível de cidade e que já constava do Plano Fortaleza 2040, mas foi incorporado às outras ações voltadas para a cidade de Fortaleza, no processo de candidatura da chancela, com o intuito de consolidar um espaço urbano voltado à economia criativa. Com 17 citações ao longo das entrevistas, foram apresentadas uma série de percepções acerca desse território por parte dos entrevistados relativas a aspectos relacionados à sua implantação e gestão, bem como críticos a eles.

No que diz respeito à sua implementação e gestão, o entrevistado E2 relata, de modo sintético, as ações realizadas durante a vigência do primeiro quadriênio da chancela, especificamente no período em que era gerenciada pela Vice-Prefeitura de Fortaleza (2022 a 2024). As ações envolviam, além da própria expansão do território, o apoio a iniciativas voltadas para a juventude e, sobretudo, a atração de equipamentos públicos, atividades e negócios criativos:

[...] a poligonal dele era muito pequena. A gente estendeu essa poligonal para que ela pudesse ir até ali, a [Avenida] Almirante Tamandaré, aquela rua que desce dragão do mar, fosse pela [Avenida] Monsenhor Tabosa, porque a gente precisava justamente criar e induzir a novas atividades na [Avenida] Monsenhor Tabosa abarcando inclusive o Mercado dos Pinhões e descendo na [Rua] João Cordeiro. (E2)

Então, a gente alargueceu essa poligonal, aumentou para que houvesse mais opções no sentido de mais empresas pudessem vir para cá e fazer com que o Distrito Criativo tivesse uma ocupação maior, empresarial, tanto de pequenas, médias e até se fosse o caso, grandes empresas, gerando, portanto, aqui um bairro criativo, trazendo novos empreendimentos para moradia também, na medida em que você teria mais pessoas trabalhando, e buscando, sobretudo, apoiar iniciativas voltadas para os jovens. Dado que se você não tiver a juventude, dificilmente você consegue fomentar uma economia criativa, fomentar um bairro criativo ou um distrito criativo. (E2)

A gente recuperou a Ponte dos Ingleses, a gente fez todo o processo de reurbanização do Havaizinho. O Aquário [do Ceará] continua abandonado, mas a gente fez um trabalho que era justamente, de afastar os tapumes lá e criar uma promenade [passeio, via] para as pessoas caminharem até o Poço da Draga. A gente está terminando e concluindo a reforma do Poço da Draga. A gente fez a urbanização do Poço da Draga. A gente investiu aqui mais de 25 milhões para fazermos a nova Praia de Iracema. Então, tudo isso no sentido de fazer com que esse bairro criativo, esse distrito criativo, ele pudesse se tornar ainda mais atrativo para os empreendedores que trabalham com a economia criativa. (E2)

Trabalhamos também para atrair para cá empresas. Buscamos muito convencer empresários a virem para cá durante a nossa gestão. A gente

trabalhou com Hotel Tinto, a gente teve a inauguração do [Hotel] Ibis, a gente teve o retorno do Vila Morena aqui, do shopping que foi feito. Vários restaurantes foram abertos, a Casa Cor veio para cá e a prefeitura trabalhou muito com a infraestrutura e trazendo também para cá alguns serviços públicos. Ou equipamentos públicos. A CitiNova veio para cá, uma parte dessa Secretaria de Juventude no começo da gestão veio para cá. A gente trouxe a Escola de Saúde Pública para cá. (E2)

Embora, conforme o relato do entrevistado E2, tenha havido ações significativas voltadas para o desenvolvimento socioeconômico daquela região, algumas entrevistas sugerem que esse modelo pode estar contribuindo para processos de gentrificação, alterando a dinâmica das comunidades periféricas e tradicionais. Como já discutido, Reis (2011) e Sasaki (2010) abordam esses fenômenos ao debater os impactos da gentrificação nas cidades criativas. Um exemplo disso, parte da crítica feita pelo entrevistado E7 cita, especificamente, no caso da requalificação da Praia de Iracema com impactos no Poço da Draga, uma das comunidades do entorno daquele território, anteriormente citada no relato de E2:

[...] teve esse rolê de criar uma faixa de praia. E aí foi ano passado que aconteceu isso. Foi bem bizarra a forma de como os moradores do Poço da Draga foram literalmente varridos. Disseram: saiam, vão para lá, porque agora aqui vai passar um ano a requalificação da Praia de Iracema. E aí foi isso, sem diálogo nenhum com a comunidade. Passou trator derrubando barraca de pescador. Que gestão participativa é essa? Que cidade criativa é essa, que não leva em conta esse diálogo com as pessoas que já estão ali e que estavam desde antes desse plano? (E7)

Então, continua muito o olhar do colonizador que só impõe, que embeleza, não para a comunidade, mas embeleza para quem vem de fora. Por isso que eu estava falando de plano. Porque o plano é a Fortaleza, cidade criativa turística, que recebe bem os turistas, que está ali toda pavimentada, bonitinha e limpa, higienizada para esse objetivo? Mas, como que ficou o Poço da Braga diante desse Distrito Criativo e como que ele está sendo incluso nessas novas soluções? (E7)

Outra crítica elencada diz respeito à centralização das decisões por parte da gestão da chancela e ao tamanho do impacto para a cidade como um todo, sobretudo para outras áreas periféricas. Isso indica que a expansão das iniciativas do distrito criativo, ainda que possa ter algum impacto em sua área delimitada, pode não estar chegando às camadas mais amplas da população, de acordo com a percepção do entrevistado E6:

Eu não vou discutir questões filosóficas aqui, mas eu acho que a atuação da chancela, com a sua gestão por parte da prefeitura de Fortaleza foi muito centralizada. Não houve ações de grande impacto com continuidade, nem

com impacto significativo para a população naquele entorno da Praia de Iracema, no Distrito Criativo, muito menos para a cidade como um todo. (E6)

A atuação da chancela tem que ser mais ativa para a cidade como um todo. Eu sei que existe o Distrito Criativo dentro do projeto, que é legal ter por que se concentram ali muitos negócios criativos. Mas aquilo ali tem que gerar frutos para toda a cidade, principalmente onde mais precisa, que é nas periferias, as comunidades que vivem à margem dos benefícios das políticas sociais que a gente tem dentro de Fortaleza. (E6)

Dentro do espectro de oportunidades naquele território para o desenvolvimento da economia criativa da cidade, sobretudo com uma maior inclusão da classe criativa dos designers, alguns entrevistados apontaram perspectivas que contemplam incentivos e subsídios, apoio e fomento ao empreendedorismo criativo e ao fortalecimento da atividade do Design.

A gente tem inúmeros eventos apoiados pela iniciativa privada e você tem inúmeras ações que envolvem a economia criativa, que envolvem artistas da música, que envolvem artistas visuais, e que despertam o interesse da iniciativa privada. Acho que o grande trunfo da chancela é gerar uma entidade, no final das contas, gerar uma marca que consiga agregar esses diferentes atores. (E1)

Acho que também é super necessário, nesse processo, dar mais condições para que os designers possam empreender na cidade. (E2)

E que tenha, de repente, subsídios ali do poder público, por exemplo, estar em determinado local e não pagando um aluguel, ou estar em determinado local livre de imposto de alguma maneira, ou mesmo recebendo incentivos, tendo um incubador, para pessoas que tenham ideias interessantes que elas possam desenvolver, um local coletivo que as pessoas possam realizar até objetos ou o que for, ou realizar ali projetos. (E4)

Então, quanto mais tiver essa possibilidade de interação do design com essas outras áreas todas, porque o design também não trabalha sozinho, ele trabalha interligado com outras áreas, vai sempre fortalecer as questões da cidade. E quando se compartilha, fortalece o design. (E5)

Outro ponto também é o próprio Sebrae, que trabalha tanto com isso, e tem acesso a tantas empresas em todo o estado do Ceará. Acho que quem mais conhece os designers é o próprio pessoal do Sebrae, mas usam muito pouco dos seus serviços. (E8)

### **8.2.3 Escolas Criativas da Juventude**

(Laboratório de Inovação Cultural)

A promoção de ações inclusivas para a juventude tem sido apontada como uma das diretrizes mais relevantes dentro das ações da chancela de Fortaleza como Cidade Criativa da Unesco. Iniciativas como formação em design para jovens em situação de vulnerabilidade a partir das Escolas Criativas da Juventude são

mencionadas como exemplo da tentativa de democratização do acesso ao setor criativo por meio da formação. Essa iniciativa sofreu mudanças significativas em seu programa quando da concessão da chancela, visto que, inicialmente, era nominada como Laboratório de Inovação Cultural e tinha outras atribuições, à época do processo de candidatura da cidade junto à Unesco (Relatório de Renovação da Chancela, 2022).

As Escolas Criativas da Juventude foram mencionadas apenas uma vez nas entrevistas. Essa iniciativa foi citada nominalmente pelo entrevistado E1, quando de sua explanação sobre as ações para a juventude, no âmbito da chancela:

[...] a gente tem que falar dos cursos de design para a Juventude. Só para não deixar de fora, foram todas as ações direcionadas principalmente à juventude da cidade, ligada ao design. Acho que não tive a oportunidade de falar aqui, mas que é legal citar, os cursos de capacitação, a Escola de Jovens Designers, a Escola de Jovens Programadores, a Escola de Moda da Juventude. São possibilidades de colocar o design dentro do rol de opções dessa juventude. (E1)

Contudo, houve menções específicas em relação às áreas temáticas componentes de sua estrutura: Escola de Moda da Juventude e a Escola Jovens Programadores, com uma citação cada, já mencionadas por E1, e a Escola Jovens Designers, com 19 citações. Porém, a Escola de Jovens Empreendedores Sociais, que complementa a lista das temáticas, não foi citada em nenhum momento nas entrevistas.

A Escola Jovens Designers foi a ação mais mencionada das ações formativas voltadas para a Juventude de Fortaleza, o que demonstrou uma relevante importância por parte dos entrevistados. Essa iniciativa, com participação direta dos designers, teve resultados positivos para os jovens de comunidades periféricas no período em que foi aplicada. Landry (2000) e Florida (2002) argumentam que a capacitação das novas gerações a partir de competências criativas é fundamental para a participação na economia criativa.

Nesse sentido, o entrevistado E4 aponta, a partir da sua própria experiência na iniciativa, a importância dela para a transformação das realidades enfrentadas por esses jovens periféricos:

[...] eu estou falando isso porque a experiência que a gente teve lá na Escola Jovem Designers, em que a gente teve a oportunidade de dar aula para alunos da periferia, jovens da periferia, e eles visualizarem a possibilidade de melhoria da localidade deles. (E4)

Então, eu estava lembrando agora dessa atuação não como designer propriamente dito, mas como professor de design na Escola Jovem Designers. Talvez isso tenha sido a ação mais impactante que eu realizei aqui em Fortaleza. Porque eu considero que as ações nas comunidades de artesanato que eu faço pelo interior do Estado, essas são muito relevantes, mas aqui em Fortaleza especificamente eu acho que vou citar a Escola Jovem Designers por essa condição que eu falei dessa possibilidade de transformação. [...] eu acompanho alguns ex-alunos no Instagram e vendo o desenvolvimento deles, eu estou achando bem interessante. (E4)

Florida (2002) e Landry (2000) observam que é necessário dar atenção às desigualdades no acesso à educação criativa, bem como os desafios enfrentados por populações de baixa renda e moradores de áreas periféricas. Isso é observado nos relatos dos entrevistados E3 e E6, também partícipes daquela ação, que corroboram com a visão transformadora de E4, porém apontam desafios e dificuldades enfrentados, mas também, perspectivas de oportunidades, como programas de capacitação e apoio a pequenos empreendedores criativos em áreas desfavorecidas ou marginalizadas, conforme observado em Reis (2011):

A gente tem lá o exemplo da [Escola de] jovens designers, que na grande da sua grande maioria eram alunos de comunidades carentes. E o impacto que isso tinha na vida prática dessas pessoas. E ampliando um pouco essa visão, como o design poderia ter impacto no comércio local dessas comunidades? A partir de pequenas consultorias. (E3)

[a Escola de] jovens designers... Teve um impacto gigantesco. Eu acho que esse impacto ainda poderia ser infinitamente maior. Principalmente porque dentro daquele contexto que aconteceu nas duas últimas turmas, eram aulas on-line, não tinha a troca presencial. Acho que isso atrapalha muito no ensino do design. Foi no finalzinho da pandemia. Então foram aulas on-line. Mas, mesmo assim teve um impacto enorme na vida desses meninos. Muitos deles foram para o mercado. (E3)

O curso que nós fizemos, a Escola de Jovens Designers, em parceria com a prefeitura foi fantástico. Conseguimos formar alguns profissionais que agora trabalham em bairros que um designer que não mora lá não iria conseguir atuar bem, por mais que se esforce. Ele até poderia atuar, ter um resultado legal, mas uma pessoa do próprio bairro, certamente, iria ter um resultado bem melhor. Porque o entendimento do território é muito importante para o nosso trabalho. É fundamental, porque vai ter uma solução focada no usuário, na própria comunidade. (E6)

Essa foi uma experiência riquíssima que, na minha visão, deu muitos frutos e pode gerar ainda muitos outros se essa iniciativa virar uma política pública perene, de alguma forma. (E6)

Essa ação da Escola Jovens Designers foi realizada por meio de parceria institucional com a Rede Cuca, por intermédio da Secretaria da Juventude de Fortaleza, no âmbito da chancela. O fato de a gestão e a governança estarem sob o guarda-chuva da Vice-Prefeitura facilitou a implantação dessa iniciativa. Nesse

sentido, Reis (2011) argumenta que a colaboração entre setores governamentais, privados e da sociedade civil é vital para o sucesso de uma cidade criativa inclusiva.

Porém, um aspecto importante, abordado pelos entrevistados E4 e E8, foi que, mesmo com todo o apoio institucional e resultado positivo percebido, existe a preocupação com a descontinuidade da ação, visto que foram realizadas apenas duas turmas (2021 e 2022).

O que eu posso dizer que foi muito acertado, de fato, que é uma pena que não tenha sido dado continuidade, foi a Escola de Jovens Designers. Eu acho que isso aí realmente ia mudar o cenário nas comunidades. (E4)

Esse curso, eu penso que foi a excelente iniciativa. Infelizmente, acho que eles deram uma parada, mas, assim, das duas vezes que eu participei, o resultado dos alunos era um surpreendente. O que eles aprendiam em pouco tempo e o que eles conseguiam desenvolver nesse pouco tempo. (E8)

#### **8.2.4 Jornada Mundial do Design**

(Jornadas Ibero-americanas de Design Transversal)

A Jornada Mundial do Design, uma iniciativa em nível internacional, aparece como um evento relevante para promover conexões e ampliar a visibilidade da chancela. É possível comparar essa ação com estudos recentes, como o de Han *et al* (2024), que tratam da realização de eventos temáticos, como as semanas de design, e destacam a função dos designers como facilitadores de mudanças nas cidades. O conjunto de autores argumenta que essas iniciativas, além de incentivarem a inovação local, promovem a transformação urbana a partir da colaboração e da inclusão cultural.

Anteriormente, essa iniciativa era denominada como Jornadas Ibero-Americanas de Design Transversal, quando da candidatura de Fortaleza. Porém, houve uma mudança em sua programação e formato, após a concessão do título de Cidade Criativa, como desenvolvido no capítulo 7 desta pesquisa.

O termo “Jornada Mundial do Design” foi mencionado apenas uma vez, por parte do entrevistado E2, e se refere ao contexto histórico<sup>37</sup> dessa iniciativa e à razão da mudança de nomenclatura, que, segundo o entrevistado, teve o intuito de facilitar a comunicação com o público-alvo:

Jornada Mundial do Design, a gente resgatou porque Fortaleza tinha tido dois eventos. A gente fez vários eventos, mas um dos eventos de maior de todos foi a Jornada Mundial do Design. Mudamos, inclusive, o nome para colocar

37 O contexto histórico mencionado pelo entrevistado E2 não foi localizado na documentação de referência, consultada nesta pesquisa como objeto da análise documental.

Design na jornada que era para dar ainda mais força no processo de comunicação. (E2)

Porque, ocorreram dois encontros, uma década de 90, o outro nos anos 2000. E era Jornada de Design Transversal, e aí fica ainda mais complexo entender o que que é Design transversal. (E2)

[...] para facilitar, a gente resolveu colocar a Jornada Mundial de Design. Facilitar a comunicação, facilitar o entendimento do que que a gente estava propondo na cidade de Fortaleza. (E2)

A análise documental apontou um conjunto de informações dessa iniciativa, a exemplo da realização de três edições da Jornada Mundial de Design em Fortaleza ao longo do primeiro quadriênio de concessão da chancela. Na análise, também foi identificada a ausência de métricas para aferição dos resultados dessa iniciativa. Assim, além do que já fora relatado pelo entrevistado E2, o rol de entrevistas não apontou outros aspectos que pudessem complementar os achados na documentação técnica analisada.

Ainda que não tenha havido mais menções diretas ao termo “Jornada Mundial de Design”, o termo “Jornada de Design” foi citado uma vez, pelo entrevistado E6, porém dentro de um contexto crítico da chancela, o qual, na visão do entrevistado, deixa o designer apenas como um ator passivo de suas ações, e não como um agente que pode contribuir de forma mais atuante no processo:

À medida que você cria essa ponte, os designers também se sentem partícipes daquele processo. Não é aquela coisa assim, vai acontecer uma jornada de design, venham. Não é isso. Gente, estamos pensando em fazer um evento para a cidade. Estamos pensando mais ou menos isso. O que vocês acham? (E6)

Essa questão, levantada por E6, relaciona-se ao exposto na categoria “Participação Inclusiva dos Designers”, em que os aspectos relacionados à participação dos designers nas ações da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco são discutidos mais detidamente.

### **8.2.5 Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza**

(Programa de Cooperação e Intercâmbio)

O Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza é outra iniciativa que faz parte das ações em nível internacional e busca conectar a produção criativa de Fortaleza ao mercado global em um processo de cooperação e intercâmbio

internacional, especialmente com as cidades que compõem a Rede de Cidades Criativas da Unesco. Antes, era denominado Programa de Cooperação e Intercâmbio, quando do processo de candidatura de Fortaleza junto à Unesco. Após a concessão da chancela, esse programa, a exemplo de alguns citados anteriormente, também passou por reformulações em um processo de expansão de propósitos, na promoção e internacionalização do design local, o intercâmbio acadêmico e técnico, a participação em exposições e outros eventos internacionais.

Essa iniciativa teve poucas menções ao longo das entrevistas, porém feitas de forma indireta. O entrevistado E1 citou o contexto da participação de Fortaleza em eventos internacionais a partir dessa iniciativa, o que confirmou um dos achados da análise documental, em específico, sobre as exposições internacionais em Covilhã (Portugal) e Barcelona (Espanha), encontrados a partir do Relatório de Renovação da Chancela (2022):

[...] a gente teve uma exposição em Portugal e uma exposição em Barcelona e em Covilhã, em Portugal. Em Barcelona, na Barcelona Design Week divulgando o trabalho do design de Fortaleza, de alguma maneira, do Ceará, porque as influências são muitas, mas, especificamente, falando da chancela, do pessoal daqui de Fortaleza. (E1)

Então, a exposição primeiro foi montada em Covilhã, em Portugal, em uma feira chamada FIADA, de fio. Covilhã é também Cidade de Design, mas ela tem uma relação muito forte com a questão do artesanato e fez essa feira unindo design e artesanato com a FIADA e tem participado as cidades criativas brasileiras exatamente com essa conexão. (E1)

Fomos Fortaleza e Brasília. E aí esses mesmos produtos que foram para a Covilhã, foram alguns meses depois para uma exposição em uma Design Week. E no caso do Barcelona, como a Barcelona Design Week, que no caso acontece espalhada pela cidade onde o expositor é que proporciona o local, ou seja, não é só um lugar específico do evento, não. (E1)

Fatos relevantes identificados na análise documental do Programa de Internacionalização do Design de Fortaleza, como o intercâmbio acadêmico e profissional realizado em Buenos Aires (Argentina) e a parceria estratégica em colaboração com a cidade criativa de Asahikawa (Japão), que culminou em uma exposição itinerante de cartazes produzidos por designers de Fortaleza, Curitiba e Brasília, intitulada COD – Poster Brasil, não foram mencionados por nenhum dos entrevistados.

### 8.2.6 Observatório do Design

O Observatório do Design, uma das três iniciativas da chancela em nível internacional, é uma ação que foi pensada no sentido de monitorar e avaliar o impacto das políticas implementadas, além de integrar os agentes ligados à área do Design em Fortaleza. Essa iniciativa teve apenas duas citações diretas e outras duas indiretas ao longo das entrevistas, que perpassam, de forma quase unânime, a importância de ter um equipamento que, entre outras atribuições já informadas no capítulo 7, realize o mapeamento de dados sobre a área do Design e do profissional designer em Fortaleza.

Sobre essa questão, a importância de instrumentos e plataformas que auxiliem gestores públicos a adotarem o design e a inovação no contexto das cidades criativas é discutida por Daros (2018), o que é identificado nos relatos dos entrevistados E6 e E7. O entrevistado E7, além de reforçar a necessidade de um mapeamento de dados, também demonstra uma crítica e preocupações sobre o funcionamento do equipamento:

[...] eu não tenho esses dados, mas seria interessante a gente saber quantos dos profissionais que trabalham. Quantos são freelancer ou empreendedores individuais ou empreendedores, tem as suas empresas, seus estúdios ou ateliês e quantos estão empregados ou em instituições públicas ou em empresas privadas, por exemplo, para termos uma ideia de como está esse cenário. Eu imagino que tenha mais freelancer e empreendedor do que gente trabalhando com carteira assinada. (E6)

A gente precisa de um mapeamento urgente. A gente precisa de dados. Eu até ouvi falar que tem um negócio que foi previsto, o Observatório de Design. Mas, como é que se vai elaborar um observatório se a gente não sabe nem onde esse observatório está e a que instituição responde? Quem é que está pensando na estratégia desse observatório? Como ele vai ser implementado? Vamos só jogar um equipamento lá e depois a gente se vira com tudo? (E7)

Então, para mim eu tenho essa grande crítica, porque as coisas vão muito de, primeiro a gente faz e depois a gente melhora, para conseguir ter pelo menos alguma coisa. Mas, aí eu me pergunto, quem é que está à frente disso? Será que estão pensando nesse global como um todo? Nessa temática? Ou vai virar mais um equipamento que vai ficar ali, fechadinho, em que as pessoas estão sempre ali e mas que não vão conseguir operacionalizar? (E7)

Daros (2018) identifica que, embora a criatividade e o design proporcionem uma potencialidade inerente de desenvolvimento em uma cidade criativa, há uma carência de ferramentas, métodos e indicadores que permitam acompanhar e

oportunizar a participação dos designers, sobretudo nos processos de decisão das políticas. Esse argumento é identificado na fala do entrevistado E8:

A ideia dele era suprir essa falta de dados. Exatamente. O Observatório do Design era para isso. A ideia era de a gente coletar dados que pudessem justamente justificar e unir justamente essas políticas. (E8)

Conforme identificado na análise documental, no trecho que trata sobre esse equipamento (capítulo 7), foi levantado que ele estava em processo de desenvolvimento a partir de duas iniciativas que estariam sendo realizadas pelo Instituto de Planejamento de Fortaleza (Iplan): o Atlas do Capital Humano e o Censo dos Designers de Fortaleza. Nas entrevistas, não houve menção ao Atlas do Capital Humano, e o Censo dos Designers de Fortaleza foi mencionado apenas pelo entrevistado E2:

Nós iniciamos um censo do Design no Instituto de Pesquisa e Planejamento (Iplan). Ele foi iniciado e eu espero que ele tenha continuidade nos próximos anos. Eu acho que essa é uma boa iniciativa. A gente tentar identificar através de um censo onde é que estão esses profissionais, quem são esses profissionais, como é que eles atuam hoje cidade. (E2)

E2 também sugere, para além do Censo dos Designers, uma perspectiva de oportunidade com a ideia que foi iniciada, porém não teve continuidade, que é o levantamento da história do design no Ceará e que perpassa por Fortaleza, uma linha do tempo de toda a trajetória da área, na capital e no estado, em seu contexto histórico. Esse trabalho poderia ser retomado a partir da inclusão de outros atores, a exemplo da Associação Ceará Design, como cita o entrevistado:

Para além do censo, a gente também iniciou um trabalho que não concluímos. Pode ser que ele não precisa ser feito pela gestão pública, mas pode ser feito, inclusive pela associação de Design [Associação Ceará Design]. Pode ser feito por alguma entidade que queira contar a história do Design no Ceará. Eu acho que temos que também contar essa história. Como é que ela começou? Quem são os primeiros designers? Portanto, ter uma linha do tempo de como é que isso evoluiu, como é que se desenvolveu, como é que hoje a gente olha para trás e considera determinados artistas plásticos, por exemplo, designers. O Sérvulo Esmeraldo, por exemplo, é um deles. Para muitas pessoas ele foi um precursor do Design aqui no Ceará. Muitas outras pessoas vão, inclusive, citar outros artistas como designers. (E2)

Sobre a implantação do Observatório de Design, observa-se que, mesmo com as iniciativas já citadas, iniciadas pelo Instituto de Planejamento de Fortaleza (Iplan), não é possível afirmar que é um equipamento formalmente existente e operacional. Isso denota que essa ação, oriunda da chancela, não obteve ainda o êxito esperado.

### 8.3 Categoria 3 – PARTICIPAÇÃO INCLUSIVA DOS DESIGNERS

Esta terceira e última categoria, que trata da participação inclusiva dos designers no contexto da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco, apresenta desafios estruturais e de engajamento profissional. O reconhecimento da cidade na rede da Unesco gerou poucas expectativas quanto à valorização do design e à ampliação do impacto social e econômico da atividade para essa classe e, conforme apontam os entrevistados, a realidade da valorização e visibilidade do designer ainda está aquém do esperado.

A coleta de dados a respeito dessa categoria analítica, nas entrevistas, revelou 17 códigos importantes, relacionados tanto à sua atuação no contexto da chancela de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco quanto à sua própria condição de valorização e reconhecimento profissional e perpassa também pelo seu engajamento social, político e associativo. No Quadro 14, os códigos encontrados são organizados em tópicos, de modo a ter um melhor encadeamento, facilitar a análise e, portanto, uma melhor compreensão dos relatos com os achados teóricos da pesquisa.

**Quadro 14** – Códigos encontrados relacionados à participação inclusiva dos designers

<b>TÓPICOS DE ANÁLISE</b>	<b>CÓDIGOS</b>
<b>Relacionamento com a chancela</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortaleza Cidade do Design da Unesco</li> <li>• Participação dos designers</li> <li>• Dificuldades na comunicação</li> <li>• Sentimento de frustração com o processo</li> </ul>
<b>Valorização e reconhecimento profissional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferencial com valor criativo e cultural</li> <li>• Realidade da valorização e visibilidade do designer</li> <li>• Crise de identidade profissional</li> <li>• Falta de apoio à atividade profissional do designer</li> <li>• Poucos designers na gestão pública</li> <li>• Perspectiva de Oportunidades</li> </ul>
<b>Engajamento sociopolítico e associativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conscientização de classe</li> <li>• Ausência do senso de coletividade</li> <li>• Associação Ceará Design</li> <li>• Competitividade exacerbada</li> <li>• Engajamento político do designer</li> <li>• Falta de engajamento dos designers</li> <li>• Representatividade do Design</li> </ul>

**Fonte:** Autoria própria.

### 8.3.1 Relacionamento com a chancela

A chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco confere à cidade a oportunidade de implementar ações voltadas para área do Design, com o apoio da própria rede de cidades criativas e também por meio da conexão interinstitucional com atores da área. A escolha pelo tema, porém, não surgiu de imediato, a partir da classe de designers da cidade. Ela se deu em uma iniciativa preliminar de sondagem, capitaneada pela direção do Observatório de Fortaleza, da gestão municipal de Fortaleza, à época (2015 a 2018), que “chamou alguns colegas designers, eu estava entre eles, para uma reunião no seu escritório para nos perguntar se a comunidade do design na cidade abraçaria essa ideia”, como adianta o entrevistado E3.

De acordo com E3, “esse desafio, que não faria sentido sem a participação dos designers”, revela que a candidatura e a própria chancela só seriam viáveis e possíveis se a própria classe estivesse engajada nesse propósito, o qual, como já exposto, surgiu mais de uma vontade política e institucional do que propriamente do desejo de uma categoria profissional, naquele momento inicial.

A partir daí, alguns pontos importantes são considerados, como a conjugação de forças políticas – estaduais e municipais – e institucionais, todas plenamente alinhadas para a obtenção da chancela, com a reativação da Associação Ceará Design e a consequente participação dos designers, ali representados na formulação das propostas, como destacam os entrevistados E3, E2 e E8:

Teve momentos bastante entusiasmados, onde estávamos todos sentados na mesma mesa, várias instituições, prefeituras, o governo estadual, Federação das Indústrias, Sebrae, universidades, designers, todos ali na mesma mesa, conversando sobre o tema design. (E3)

[...] que estava no instituto de planejamento, que induziu, incentivou, para que a gente tivesse a chancela e ela conseguiu reunir atores para que a chancela obtivesse a aprovação da UNESCO: a Fiec, através do Museu da Indústria, principalmente com o [...] Sebrae, foram fundamentais nesse processo. (E2)

Eu acho que a partir deles foi que veio todo esse engajamento, que daí quem se envolveu muito foi o pessoal do Instituto Iracema, através da prefeitura. Acho que foi basicamente isso. E o Sebrae também estava um tanto envolvido, engajado com isso também na época. Acho que a gente teve com Sebrae, Senai, alguns órgãos do governo do Estado, que eu também não me lembro agora todos que participaram [...]. (E8)

Nos discursos sobre esse aspecto do relacionamento com a chancela, é possível observar que aparecem críticas à condução do processo pós-concessão do título pela Unesco, no que diz respeito ao envolvimento dos designers na condução e mesmo no usufruto das ações. Apesar dos esforços para realização das iniciativas da chancela, algumas críticas apontam para a pouca percepção ou mesmo desconhecimento, por parte da cidade e da própria classe dos designers, das ações realizadas. São questões percebidas a partir de E5, E6 e E7.

Houve outra coisa que aconteceu na Praia de Iracema, muito incipiente, só que mais na praia, [...] Lojinhas aqui e ali. Então eu não vejo, se falar assim, Ah Fortaleza antes da cidade criativa era de um jeito que hoje é diferente. Não vejo nada de diferente que foi criado a partir da cidade criativa do design. (E5)

Houve muitas ações de promoções, feiras, ações que geraram algumas oportunidades. Foi interessante porque se falou sobre design na cidade, mas existe muito essa crítica social que as ações não chegaram nas periferias, ou, se chegou foi de forma pontual [...]. (E6)

As pessoas não sabem o que é Fortaleza cidade criativa do design. As pessoas não sabem o que é design mesmo, muito menos o que é Fortaleza cidade criativa. (E7)

Eu enxerguei vários designers não sabendo o que é isso, a chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design. Eu já fiz algumas oficinas e quando eu chegava perguntando nesse sentido prático e político da coisa: vocês sabem o que é Fortaleza cidade criativa do design? A resposta era não. (E7)

Teve outro contexto também, que foi na Escola de Jovens Designers. Eu dei uma aula uma vez para uma turma e a galera (sic) ficou surpresa e não sabia o que era essa chancela de Cidade Criativa do Design, de Fortaleza, e descobriram naquele momento. Isso porque as escolas criativas era um projeto realizado dentro desse Fortaleza cidade criativa. Mas eu levei para esse âmbito político da coisa, por que a minha aula era sobre design social. E aí eu já trouxe esse questionamento nesse sentido: como vocês estão trabalhando, como vocês estão se enxergando dentro dessa Fortaleza cidade criativa? (E7)

Eu perguntei aos professores também. Muitos diziam que estavam descobrindo naquela hora. Ou seja, a chancela não era uma pauta dentro das escolas profissionalizantes, pelo menos não das que a gente visitou e que foram seis. (E7)

Parte das críticas também envolve problemas de comunicação institucional com a população ou mesmo com o próprio público-alvo direto, os designers. O entrevistado E7 reflete essa problemática como fator importante dessa pouca percepção ou desconhecimento.

Não existiu uma comunicação oficial que esclarecesse os pormenores. E se teve, eu nunca ouvi dizer para o que é, como que conseguiram, o porquê de

termos ido atrás de uma chancela de cidade criativa. Hoje eu entendo de forma crítica, porque fui atrás de saber, mas não é comunicado isso para as pessoas que não necessariamente são designers, de entenderem que esse processo está acontecendo. (E7)

Além da dificuldade de interlocução, há uma percepção, por parte do entrevistado E3, do uso das ações como uma estratégia de comunicação para a promoção institucional e uso político por parte da gestão da chancela:

E essa gestão, ela assumiu um caráter muito mais de utilizar o design como ferramenta de promoção política do que realmente como algo para gerar impacto na cidade. [...] Virou uma coisa meio estratégia de comunicação. (E3)

E assim, a nossa relação com a gestão da chancela sempre foi uma relação muito complexa e muito política, porque a gente tinha uma dificuldade muito grande de ser ouvido, a nossa interferência nas ações foi muito pontual, porque realmente existia uma barreira de comunicação, não construída por nós, mas construída por eles, por uma escolha de caminho para a condução da coisa. (E3)

Esses discursos acabam por denotar um sentimento de frustração desses designers, em específico, com todo esse processo que iniciou com a proposição da candidatura até a implementação das ações após a concessão da chancela, o que culmina em um sentido de não apropriação da política em si por parte deles. Essa problemática está alinhada à discussão de Han *et al.* (2024), que apontam a necessidade de definir de maneira mais clara os papéis dos profissionais criativos dentro das políticas urbanas.

### **8.3.2 Valorização e reconhecimento profissional**

Para tratar a valorização e o reconhecimento profissional do designer no contexto de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco é preciso compreender, a partir dos relatos coletados, como eles são percebidos, seja pelo poder público, pela iniciativa privada, pela sociedade e pelos próprios designers. Ainda que a área do Design seja vista como um campo importante para a economia da cultura das cidades (Batista, 2010), ela ainda é desconhecida por grande parte de setores da sociedade, o que se traduz em desafios importantes a serem enfrentados.

Tem um outro desafio relacionado de fato com o desconhecimento do papel do Design na economia e o desconhecimento sobre como o Design pode criar oportunidades e criar uma economia capaz de agregar valor a produtos, bens e serviços. (E2)

Tem o desafio dentro da própria gestão pública, que é fazer com que as pessoas entendam que é necessário ter um designer nas secretarias, para ajudar aos secretários no processo de desenho de políticas públicas. (E2)

Eu acho que o maior desafio que a gente tem aqui em Fortaleza é ser visto. Muitas das coisas que são feitas pelos designers elas não são vistas. E acaba que o designer acaba também não sendo visto. E isso acaba sendo um problema porque quando a gente chega, por exemplo, com um determinado orçamento. Mesmo explicando todas as etapas de processo e mostrando que aquilo leva um tempo e que o valor é puro. Mesmo assim as pessoas não entendem. (E4)

A ausência de letramento em design é outro fator que compromete a interlocução entre os diferentes atores envolvidos nos diversos setores da sociedade, sobretudo na gestão pública. E5 aponta que "muitos gestores ainda veem o design apenas como algo estético, e não como um campo estratégico para a gestão urbana". Essa limitação afeta a implementação de políticas mais amplas, conforme discutido por Healey (1997) e Reis (2014), que enfatizam o design como atividade transversal e integradora no planejamento urbano.

Em um exercício autorreflexivo por parte dos entrevistados, observou-se que existe uma crise de identidade dentro da própria área, ou seja, uma dificuldade de entender o seu campo e de identificar-se enquanto agente de transformação social e urbana e, portanto, de autovalorização, o que tornaria o reconhecimento de outros atores mais difícil de se concretizar, de acordo com suas visões. "Até é uma discussão filosófica. Tudo é design e nada é design" (E6).

Em relação à percepção do designer como trabalhadores da cultura. O designer não se entende como um trabalhador da cultura. Ainda que ele esteja ao longo das atividades culturais, muitas vezes ele não sabe se ele é um técnico, um pesquisador, um trabalhador da área de tecnologia. Porque, é aquela história, ele é tudo e quem é tudo não é nada. (E6)

Eu mesma não tenho compreensão plena do que sou capaz de fazer, pois não utilizo todo o potencial do design dentro da estrutura dos governos. É muito aquém a ação do design ali, mesmo com todas as melhorias sociais que estamos tendo com os governos de esquerda aqui no Brasil. (E6)

[...] Então, fica essa crise de identidade do que realmente é [design]. Então, se a gente mesmo não sabe exatamente quem a gente é, como é que a gente vai ser visto? A gente mesmo não está se dizendo como é que a gente vai ser visto? Não tem um processo aí para ser pensado, sabe? (E7)

[...] sobre essa falta de identificação, de não saber o que se é, não saber a sua importância, e não saber para que e quem está sendo feito, gera essa desintegração de identidade. (E7)

Ainda que existam essas questões relacionadas a uma crise identitária, que gera a problemática do reconhecimento profissional perante o conjunto da sociedade, os entrevistados também apontam alguns caminhos possíveis, a partir de uma comunicação mais eficiente, além do investimento em letramento em Design, principalmente na área da Gestão Pública:

[...] no sentido de comunicar melhor o conceito de cidade criativa e comunicar também o conceito de Design, tentando fazer com que as pessoas pudessem perceber a relevância e o papel que esses designers têm, tanto no setor público quanto no setor privado, quanto no terceiro setor. (E2)

E o grande desafio é esse, a gente conseguir chegar às lideranças através de nós mesmos, politicamente, ou através desse letramento de quem já está lá no poder. (E6)

Tem essa questão do letramento, que a gente começou dentro da Escola de Gestão Pública, para aquelas pessoas entenderem o que era o design. De todos os projetos, eu acho que esse é um que pode gerar até mais frutos, porque você está fazendo com que as pessoas entendam o que é design. (E6)

Sensibilizar também nossos atores legislativos, os representantes da gente, para que essas pessoas venham compreender as possibilidades do campo do design, pois nós precisamos ter leis que podem regulamentar ou não a profissão, mas precisamos discutir, debater esses temas, e ter um olhar dos nossos legisladores para entender como o design pode estar mais inserido no dia a dia da sociedade. (E9)

No âmbito da gestão pública, é notado, a partir dos entrevistados, que ela tem papel essencial para garantir que a participação dos designers seja efetiva dentro da política da cidade criativa. No entanto, a falta de diretrizes claras e a desarticulação das iniciativas comprometem essa integração. Como aponta Healey (1997), a governança colaborativa é essencial para a inclusão de diferentes atores na formulação de políticas urbanas. A ausência dessa governança tem resultado no distanciamento dos designers dentro do processo de Fortaleza como Cidade Criativa do Design da Unesco. “Às vezes eu vejo que a gente está muito desassistido mesmo, sabe? É cada um por si”, é um sentimento do entrevistado E4 que retrata esse aspecto, complementado pelo entrevistado E3:

[...] em um determinado momento, foi bastante promissor. Foi bastante construtiva a relação entre esses atores. Quando se fez, se criou a gestão oficial do projeto e isso tudo perdeu. A gestão ao meu veio, ela foi construída de uma maneira equivocada, onde todos os atores que construíram o processo, eles foram deixados de lado dentro da gestão do processo. (E3)

A carência ou a pouca presença de designers na esfera pública, sobretudo na gestão, foi outro aspecto relevante apontado, principalmente nas falas dos entrevistados E4 e E6:

Quando eu estive lá na Escola de Gestão Pública, a gente meio que tentou fazer essa coisa estratégica lá, pensar o design como um elemento estratégico. Mas não é fácil. E aí, quantos departamentos ou secretarias têm design desenvolvidos? Não tem. (E4)

Se a gente for ver bem, não tem. Tem sociólogos, psicólogos, enfim, toda a gama de administradores, toda a gama de profissional trabalhando nesses lugares. Mas os designers que conseguem chegar lá não são por serem designers. [...] design está envolvido com tecnologia, design está envolvido com antropologia, com sociologia, com tudo isso, com urbanismo. Mas a gente não tem pessoas que façam parte desses órgãos. (E4)

Você não tem um cargo de gestor de design oficial. Até tem um concurso, mas não é uma coisa que é padrão, por exemplo, não existe lá na SEPLAG (Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado do Ceará) um cargo de analista de design que, por exemplo, ganhe lá seus 12 mil reais. Tem de analista de planejamento, analista jurídico, analista de alguma coisa, mas não tem um analista de design. (E6)

Nesse espectro, E4 vê como importante “encontrar uma maneira de estar num centro das discussões do poder público”, especialmente por meio de “pessoas com esse perfil nas tomadas de decisões” (E5). Esses relatos indicam perspectivas de oportunidade para uma maior inserção dos designers nos espaços decisórios e de poder, como indica o entrevistado E6:

Eu acho que é fundamental que a gente possa ter designers em posições de cargos ou em coordenações, que trabalhem esse planejamento estratégico do governo das cidades criativas, para as grandes questões que estão sendo discutidas hoje em dia. (E6)

Outros pontos de oportunidade de valorização e reconhecimento profissional, indicados pelos entrevistados, estão em ações direcionadas aos designers, por meio de políticas públicas já existentes, mas que poderiam contemplá-los de uma forma mais efetiva e inclusiva. Um exemplo são os editais de fomento:

A gente tem uma cidade criativa do design, a gente tem um centro de design ligado ao governo do estado, e a gente continua sem editais ou sem licitações pra (sic) contratação de empresas de design. (E3)

Uma forma que está mais na mão dos designers para conseguir algo do tipo, mas ainda é voltado para a cultura, são os editais. Porque a partir dos editais a gente pode desenvolver ações que podem virar políticas públicas mais na frente, a depender do resultado daquela ação, aquilo ali pode ser absorvido

pelo poder público. E isso já aconteceu. Não de design especificamente, mas em outras áreas. (E4)

Claro que sei que no meio público, a gente está lá junto de algumas das ações. E tem profissionais, entre aspas, que são muito voltados para os editais, que são bem complexos. Se esses editais talvez fossem mais simples e mais bem divulgados, talvez mais pessoas pudessem participar desses editais públicos custeados pelo governo estadual. (E8)

. A precarização das relações de trabalho também é uma questão relevante. Para E7, "os designers ainda são vistos como prestadores de serviço, e não como agentes fundamentais para a gestão pública". A regulamentação da profissão de designer poderia trazer maior estabilidade para a categoria, mas essa demanda ainda não avançou significativamente. Conforme apontam Landry (2000) e Nascimento (2018), a valorização dos designers dentro das cidades criativas está diretamente ligada à sua inserção nas estruturas institucionais.

### **8.3.3 Engajamento sociopolítico e associativo**

No que diz respeito ao engajamento sociopolítico e associativo, preliminarmente, é preciso discernir a própria condição de sua consciência enquanto um ser social e político inserido em uma comunidade e uma classe criativa. Segundo o entrevistado E3, "a gente ainda tem um problema muito sério de falta de conscientização de classe, de entender que somos uma categoria que precisa se articular". Esse aspecto está alinhado à discussão de Daros (2016) sobre a necessidade de uma maior organização dos designers dentro do campo das cidades criativas.

Outro aspecto aliado a essa falta de conscientização de classe, apontada por E3, é o individualismo encontrado no mercado de trabalho, como demonstra o entrevistado E8:

Tem um certo individualismo profissional entre os designers. Uma espécie de medo da concorrência, de sempre ter que correr para se salvar, para pagar suas contas, não compartilhar muito aquilo que se já tem, por que sempre existe aquele medo de perder. (E8)

Healey (1997) destaca o papel das redes colaborativas que integrem a voz de múltiplos atores, onde uma entidade associativa pode ter um papel fundamental a partir da congregação de profissionais do campo criativo. A Associação Ceará Design, entidade classista que foi reativada quando das tratativas iniciais da candidatura de Fortaleza como

Cidade Criativa do Design da Unesco, surgiu como uma tentativa de estruturar a categoria e promover maior articulação entre os profissionais, para além do contexto daquele pleito. Contudo, a ausência do senso de coletividade foi e ainda é, atualmente, um obstáculo para uma atuação mais coesa, como demonstram os relatos das entrevistas. De acordo com o entrevistado E9, "cada designer trabalha individualmente, como se estivéssemos competindo o tempo todo. Não conseguimos nos enxergar como um setor" (E9).

E aí voltamos de novo na ausência de coletividade, que facilita essa individualização do outro para que a gente não se enxergue como parceiro e não queiramos nos unir enquanto designer, onde nos vemos, na verdade, como oponentes. [...]. (E7)

A baixa representatividade do design em instâncias de gestão pública também é limitada, reflexo desse individualismo profissional, o que resulta em poucos designers na gestão pública e, portanto, uma baixa interlocução com decisores políticos. Esse fato, segundo o entrevistado E8, está ligado ao próprio desinteresse dos designers em engajar-se nas decisões políticas:

E por parte dos designers independentes, é sabido que existe as rixas entre eles. Ninguém se entende, porque, na verdade, cada um está em busca do seu ganha-pão e de pagar suas contas no fim do mês. Então, talvez, muitas coisas políticas não os interessem tanto. (E8)

Para o entrevistado E5, "os designers não ocupam espaços estratégicos de tomada de decisão, e isso faz com que as políticas para o setor sejam sempre secundárias". Esse ponto é percebido em Nascimento (2018), que discute a marginalização de designers em processos de decisão no contexto das cidades criativas. A falta de engajamento político dos designers contribui para essa lacuna, uma vez que há uma percepção de distanciamento entre a prática profissional e a formulação de políticas culturais.

Dessa forma, a participação inclusiva dos designers em Fortaleza ainda enfrenta desafios relacionados à representatividade, ao engajamento e à estruturação da categoria. Para que a chancela de Cidade Criativa do Design cumpra seu papel de fortalecimento do setor, conforme a compreensão dessa análise, é necessário avançar na criação de políticas que promovam maior integração entre os profissionais, a gestão pública e a sociedade.

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo central avaliar as ações decorrentes da chancela de Cidade Criativa do Design da Unesco na economia criativa de Fortaleza, sob o ponto de vista da classe criativa dos designers locais. Como forma de alcançar esse objetivo, considerou-se analisar o conceito, as características e as práticas inclusivas que definem uma cidade criativa, além de identificar as principais ações decorrentes dessa chancela na economia criativa de Fortaleza e, por fim, avaliar como ocorre a participação inclusiva dos designers no contexto dessas ações.

A presente pesquisa, essencialmente qualitativa, foi realizada por meio dos preceitos da avaliação em profundidade, conjuntamente com a análise documental e das entrevistas semiestruturadas. Aliado a esse conjunto teórico-metodológico, também foi levado em conta o aparato conceitual e de práticas utilizados na área do Design, durante o processo criativo/investigativo do trabalho, de modo a gerar uma confluência harmônica para a obtenção dos resultados.

De acordo com os resultados obtidos no desenvolvimento do trabalho, observou-se que esse objetivo foi atingido parcialmente. O principal resultado foi a compreensão de que essa política alcançou, de forma apenas parcial, os seus resultados originalmente pretendidos, e com impactos relativamente significativos somente a partir de ações oriundas de projetos/iniciativas pontuais, no contexto da chancela, sobretudo para a classe criativa dos profissionais designers radicados em Fortaleza e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da economia criativa da cidade.

Dentre os principais achados tem-se que o conjunto de ações e iniciativas realizadas reflete um esforço para consolidar Fortaleza como uma cidade criativa do design. No entanto, desafios relacionados à inclusão, à gestão e governança da chancela, bem como à necessidade de ampliar as conexões com diferentes segmentos da sociedade, permanecem como pontos centrais para aprimoramento das políticas públicas voltadas aos segmentos da economia criativa e da cultura na cidade.

Outros desafios da chancela de Fortaleza Cidade Criativa do Design da Unesco encontrados estão relacionados a questões estruturais, institucionais e de engajamento sociopolítico e associativo dos designers, aliados à baixa representatividade da categoria e um sentimento de não apropriação dessa política. A comunicação e a interlocução entre diferentes atores e setores da sociedade, no setor privado e, sobretudo, na esfera pública, são uma dificuldade recorrente encontrada na pesquisa,

junto com a necessidade de ações integrativas mais efetivas entre os profissionais, a gestão pública e a sociedade, bem como de políticas que garantam a integração do design como ferramenta estratégica de desenvolvimento urbano e social.

No que diz respeito às oportunidades identificadas, de modo a fortalecer o design em Fortaleza, a partir da chancela, está a efetiva implantação da estrutura já prevista na política, para o mapeamento de dados, pesquisa e acompanhamento do setor. A maior amplitude de políticas culturais de fomento, a exemplo dos editais, e a criação de legislação específica para o fortalecimento na cadeia produtiva local são outras oportunidades apontadas. Porém, dependerão, sobretudo, de um engajamento sociopolítico consciente, uma maior conexão entre os próprios designers, além da interlocução e amplo apoio interinstitucional da gestão pública e do setor privado. Contudo, o sucesso desse contexto dependerá, como identificado na pesquisa, de uma comunicação mais eficiente entre os atores envolvidos, no âmbito dessa política cultural temática auferida pela capital cearense.

Os resultados encontrados, portanto, proporcionam contribuições tanto no campo teórico quanto no prático. As contribuições teóricas são relativas às questões que refletem sobre o próprio conceito de cidade criativa, suas características e ações e como esses aspectos se interrelacionam a partir da perspectiva de seus agentes. São questões relativamente pouco discutidas na seara acadêmica. Ademais, no campo prático, os achados da pesquisa também são úteis para promover *insights* criativos, os quais podem inspirar soluções, junto à gestão pública, para os desafios encontrados. Além disso, podem ainda resultar na elaboração de produtos de utilidade pública, a exemplo de um relatório técnico avaliativo e uma proposição fundamentada qualitativamente.

Este trabalho, como toda pesquisa científica, também encontrou limitações. Uma delas foi de cunho teórico, com poucos estudos sobre a participação de designers em políticas públicas, no contexto das cidades criativas. A escassez de dados quantitativos sobre as ações da chancela foi identificada na documentação consultada como uma limitação, visto que poderiam subsidiar uma avaliação mais assertiva dos resultados da política, na aferição dos impactos socioeconômicos resultantes. Outro ponto limitante foi a diversidade da amostra. Embora se tivesse procurado contemplar uma variedade eclética de participantes da área, outros atores envolvidos com a política poderiam ter sido considerados, a exemplo das pessoas diretamente afetadas pelas

ações, os estudantes e as comunidades atingidas, para compreender os efeitos dessa política também por suas visões.

Em suma, como contribuições para uma possível evolução da temática, recomenda-se que os próximos estudos possam ser realizados com amostras mais abrangentes. Sugere-se também considerar a coleta e a análise de dados quantitativos por meio de banco de dados econômicos e sociais consolidados em instituições de referência, de modo a avaliar o desempenho da política sobre esse espectro.

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARBOSA, Diego. Mais de R\$ 11,2 bi em receita e R\$ 2 bi em lucros: o impacto da Economia Criativa no Ceará. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 11 abr. 2023. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/mais-de-r-112-bi-em-receita-e-r2-bi-em-lucros-o-impacto-das-empresas-do-setor-cultural-no-ceara-1.3356364>. Acesso em: 21 mai. 2024.
- BARRAKET, Jo. Putting People in the Picture? The role of the arts in social inclusion. Social Policy Working Paper Nº 4. **The Centre for Public Policy**. University of Melbourne, 2005.
- BASTOS, Gustavo de Moura. **O contributo da rede de cidades criativas para o desenvolvimento sustentável**: o caso de Brasília, cidade do design. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas) - Universidade de Brasília, Brasília, 2022. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/144371/3/585744.1.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2024.
- BATISTA, Wagner Braga. **O design na II Conferência Nacional de Cultura - Parte II**, 2010. Notícia. Disponível em: [http://www.ufcg.edu.br/prt\\_ufcg/assessoria\\_imprensa/mostra\\_noticia.php?codigo=9995](http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codigo=9995). Acesso em: 31 mai. 2024.
- BENZA, Silvia. **El Distrito de Diseño en la Ciudad de Buenos Aires**: una mirada desde los usos de la cultura en contextos globales y locales. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, n. 71, p. 49-57, 2019.
- BRASIL. **O Programa Brasileiro de Design (PBD)**, 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/competitividade-industrial/design/o-programa-brasileiro-de-design-pbd>. Acesso em: 31 mai. 2024.
- BRASIL. [CATÁLOGO] **Fórum Cidades Criativas do Design da Unesco 2024** – Brasília, Curitiba e Fortaleza. 2024.
- BRASIL. Ministério da Cultura do Brasil (Minc). **O que é o SNC**. 2024. Disponível em: <http://portalsnc.cultura.gov.br/sobre/o-que-e-o-snc/>. Acesso em: 30 jun. 2024.
- BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). [CATÁLOGO] **Cidades Criativas do Brasil**. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/copy\\_of\\_CidadesCriativas.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/copy_of_CidadesCriativas.pdf). Acesso em: 02 ago. 2023.
- BRASIL. **O que é o PNC?** 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/plano-nacional-de-cultura/texto/o-que-e-o-pnc>. Acesso em: 31 mai. 2024.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. Editora Blucher, 2008.

CARTAXO, Joaquim. Nordeste e a economia criativa. *In*: POLÍTICAS públicas do Nordeste para o Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2022.p.129-133. Disponível em: <https://teoriaedebate.org.br/wp-content/uploads/sites/2/2022/02/Politicass-Publicas-NE-web-1.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2023.

CASTELLS, Manuel. **The Rise of the Network Society**. Oxford: Blackwell, 1996.

CRUZ, Danielle Maia. Enfoques contra-hegemônicos e pesquisa qualitativa: desafios da avaliação em profundidade em políticas públicas. **Revista Aval**, Fortaleza, v. 1, n. 15, p. 160-173, jan./jun. 2019.

CLOSS, L.; ROCHA-DE-OLIVEIRA, S. **Economia Criativa e Territórios Usados**: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. Cad. EBAPE.BR, v. 15, n. 2, p. 349-363, 2017.

DAROS, Carolina. **Gestão de design & cidades criativas**: plataforma para diagnóstico de design, inovação e criatividade em cidades. 2018. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

DE JESUS, D. S. V.; KAMLOT, D.; DUBEUX, V. J. C. A Critique of the Creative Economy, Creative City and Creative Class. **International Journal of Business Administration**, v. 11, n. 4, 2020.

DEHEINZELIN, Lala; CARDOSO, Dina; BITTENCOURT, Patrícia. **Novas Economias Viabilizando Futuros Desejáveis: Introdução à Fluxonomia 4D**. São Paulo: **Edições Kindle**, 2020.

EVANS, Graeme. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. **Urban Studies**, v. 46, n. 5-6, p. 1003-1040, 2009.

FACURI, Nicole. **Fórum Cidades Criativas do Design 04|06**. YouTube, 04/06/2024, 31'15". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7pec0eTDHOg&t=11219s>. Acesso em: 12 jun. 2024.

FLORIDA, Richard. **The Rise of the Creative Class**: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002.

FORTALEZA. **Dossiê da Candidatura**. 2018. Disponível em: <https://www.fortalezacriativa.com/>. Acesso em: 19 fev. 2023.

FORTALEZA. **A chancela da Unesco**. 2020. Disponível em: <https://www.fortalezacriativa.com/achancela>. Acesso em: 21 nov. 2023.

FORTALEZA. **Decreto nº 15.162**, de 28 de outubro de 2021. Diário Oficial do Município de Fortaleza, 2021.

FORTALEZA. **Portaria nº 006/2023** – Atualização do Comitê Gestor. Diário Oficial do Município de Fortaleza, 2023.

FORTALEZA. **Plano Fortaleza 2040**: desenvolvimento da cultura e do conhecimento, vol. 5. 2ª Edição – Fortaleza, Iplanfor, 2019.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa: E seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano.** São Paulo: Elsevier, 2011.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ. **Estratégias para o desenvolvimento dos Clusters do Ceará:** Distrito Criativo – Fortaleza: FIEC, 2021.

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil.** Editora Companhia das Letras, 2007.

GARCIA, Beatriz. **Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future.** Local Economy, v. 19, n. 4, p. 312-326, 2004.

GAUNTLETT, David. **Making Is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0.** Cambridge: Polity, 2011.

GIUSTINO, Cristiana. **Breve cronologia das políticas culturais no Brasil.**

YouTube, 18 de agosto de 2020. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=z9gVnn6D0H8&t=169s>.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOMES, Adriano da Silva. **O cenário de design em Fortaleza-Ce: um registro panorâmico do período de 2017 a 2019.** 2021. Monografia (Graduação em Design) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/63638>. Acesso em: 15 abr. 2023.

GOMES, F. de S.; SILVA FILHO, LA da. Trabalho e rotatividade na indústria têxtil do Nordeste: conjuntura nos anos 2000. **Revista da ABET**, João Pessoa, v. 12, n. 1, p. 179-195, 2013.

GUSSI, Alcides. **Apontamentos teórico-metodológicos para a avaliação de programas de microcrédito.** Repositório da UFC. 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/22513>. Acesso em 28 nov. 2023.

GUSSI, Alcides. **Interloquções profs. Alba e Alcides - MAPP Turma IFCE.**

YouTube, 20/03/2018, 54'04". Disponível em:

[https://www.youtube.com/watch?v=j7vLrmvzuiA&list=PLxjNR5zRcdEvhufwpgKsZ3-pKKr1g4\\_N7&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=j7vLrmvzuiA&list=PLxjNR5zRcdEvhufwpgKsZ3-pKKr1g4_N7&index=6). Acesso em: 08 ago. 2024.

HAWKES, Jon. **The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning.** Melbourne: Cultural Development Network (Vic), 2001.

HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices.** London: Sage, 1997.

HALL, Peter Geoffrey. **Cidades do Amanhã: Uma História do Planejamento e Projetos Urbanos no Século XX.** São Paulo: Perspectiva, 2016.

HEALEY, Patsy. **Collaborative Planning: Shaping Places in Fragmented Societies.** London: Macmillan International Higher Education, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades@: Fortaleza (CE)**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/fortaleza/panorama>. Acesso em: 11 mai. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas de 2024**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e estados: Fortaleza**. [S. l.]:IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ce/fortaleza.html>. Acesso em: 14 ago. 2024.

LACARRIEU, Mónica. “¡Gentrificación Ahora!. Alcances, limitaciones, retos y desafíos em torno de procesos de negociación y/o disputa”. En: **Cambios socioespaciales en las ciudades latinoamericanas: ¿procesos de gentrificación?**. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos. Doctorado en Arquitectura y Estudios Urbanos: Universidad de Chile. Facultad de Arquitectura y Urbanismo, 2016.

LANDRY, Charles; BIANCHINI, Franco. **The Creative City**. London: Demos, 1995.

LANDRY, Charles. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. London: Earthscan, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEITÃO, Cláudia. **Fórum Cidades Criativas do Design 06|06**. YouTube, 06/06/2024, 42'19". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QONQ8W7I7yl>. Acesso em: 10 jun. 2024.

MATOVIC, Milica; SAN SALVADOR DEL VALLE, Roberto. **On the Creative City Concept**. Journal of Cultural Management and Cultural Policy, v. 6, n. 1, p. 35-52, 2020.

MANZINI, Ezio. **Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation**. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

MOTTA, Patrícia Loise Fernandes. A candidatura a cidade criativa da UNESCO: estudo exploratório sobre os casos de Curitiba (Brasil) e Matosinhos (Portugal). 2019. **Tese**. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

McDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. **Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things**. New York: North Point Press, 2002.

MENEZES, D. F. N. **Regulação da Economia criativa no Brasil**. Vol. 7, n. 2, Curitiba: lus Gentium, p. 65-77, jul./dez. 2016.

MENEZES, Rodrigo Ábner Gonçalves. **O organizar inclusivo para uma cidade criativa à luz da estratégia como prática**: o projeto Fortaleza cidade criativa do design da Unesco. 2023. 161 f. Tese (Doutorado em 2023) - Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2023.

MUZZIO, Henrique. **Cidades criativas da UNESCO**: Registros de design e artesanato em capitais do Nordeste. *Farol-Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 8 (21), 263-289. 2021.

NASCIMENTO, Bruna do. **Design aplicado ao território no contexto das cidades criativas**: o design que projeta para a cidade na busca por soluções inovadoras de velhos problemas. 2012. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2012.

PARADA, Eugenio Lahera. **O conceito de política pública**. Políticas públicas. Brasília: ENAP, 2006.

PARADA, Eugenio Lahera. **Introducción a las políticas públicas**. Fondo de cultura económica, 2002.

PEREIRA, João Carlos. **Segurança Pública e Criminalidade no Brasil**. Brasília: Editora Universidade, 2022.

PINHEIRO, Vanessa Pereira; IPIRANGA, Ana Sílvia Rocha; LOPES, Luma Louise Sousa. A economia criativa enquanto prática de espaço no contexto das cidades criativas do sul global: o caso do Poço da Draga. **Revista de Administração Pública**, v. 57, n. 6, p. e2023-0416, 2023.

RODRIGUES, Lea Carvalho. **Análises de conteúdo e trajetórias institucionais na avaliação de políticas públicas sociais**: perspectivas, limites e desafios. 2011.

OBSERVATÓRIO DA GASTRONOMIA, FECOMÉRCIO-SC. **Rede de Cidades Criativas da Unesco**, 2024. Disponível em: <https://observagastronomia.fecomercio-sc.com.br/rede-de-cidades-criativas-da-unesco/>. Acesso em 20 jun. 2024.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Manole, 2008.

REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (orgs.). **Cidades Criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. Cidades criativas: Análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo. **Tese**. Universidade de São Paulo, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Educação e Território** [Entrevista], 15/05/2014. <https://educacaoeterritorio.org.br/reportagens/uma-cidade-criativa-se-reinventa-permanentemente-para-se-tornar-melhor/>. Acesso em: 22 mar. 2023.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Criaticidades - Programa 2 "Cidades Criativas"**. YouTube, 20/08/2014, 23'43". Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=4QQkFe5EqPM&list=PLxjNR5zRcdEvUiF9WOB4kz2FBkfVRz8hz&index=6>. Acesso em: 22 mai. 2023.

SARAVIA, Enrique. Introdução à teoria da política pública. **Políticas públicas: coletânea**. Brasília: ENAP, v. 1, p. 28-29, 2006.

SASAKI, Masayuki. **Criatividade e cidades criativas: Conceitos e Aplicações**. Kyoto: Ed. Oriente, 2001.

SASAKI, Masayuki. Urban Regeneration through Cultural Creativity and Social Inclusion: Rethinking Creative City Theory through a Japanese Case Study. **Cities**, v. 27, p. S3-S9, 2010.

SANTOS, M. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SANTOS, M. Sociedade e Espaço: a formação social como teoria e método. In: SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Edusp, 2005c.pp. 21-42

SANTOS, João. **Inclusão Social nas Políticas Públicas**. Brasília: Ed. Planalto, 2018.

SANTOS, Wanderley Guilherme. **A democracia impedida: o Brasil no século XXI**. Rio de Janeiro: FGV, 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE/CE). **Fortaleza, cidade criativa do design**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fortaleza-cidade-criativa-do-design%2C1979df5dc4736810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE/CE). **Quem somos**. Disponível em: [https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quemsomos](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos) . Acesso em: 25 ago. 2024.

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 355-372, 2014.

SIMOES, Gabriel Lima; SIMOES, Janaina Machado. Reflexões sobre o conceito de participação social no contexto brasileiro. **VII Jornada Internacional de Políticas Públicas. UFMA**, v. 25, 2015.

SILVA, Victo José. A contribuição de Celso Furtado para a transição civilizacional e o movimento progressista: lições de Criatividade e dependência na civilização industrial. **Cadernos do Desenvolvimento**, v. 14, n. 25, p. 199-221, 2019.

SOUZA, Ana Maria. **Juventude e Violência nas Periferias Urbanas**. São Paulo: Editora Humanitas, 2023.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, p. 20-45, 2006.

TREINTA, F. T. et al.. Metodologia de pesquisa bibliográfica com a utilização de método multicritério de apoio à decisão. **Production**, v. 24, n. 3, p. 508–520, jul. 2014.

TILIO, Rogério Casanovas. Reflexões acerca do conceito de cultura. **Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades**, [S. l.], v. 7, n. 28, p. 35–46, 2009.

UNESCO. **55 novas cidades passam a fazer parte da Rede de Cidades Criativas da UNESCO no Dia Mundial das Cidades**. [S. l.]: Unesco, 2023. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/55-novas-cidades-passam-fazer-parte-da-rede-de-cidades-criativas-da-unesco-no-dia-mundial-das>. Acesso em: 30 jun. 2024.

UNESCO. **Cities as Drivers of Sustainable Development: the Role of Creative Cities in the Implementation of the 2030 Agenda**. UNESCO, 2019. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000369705>. Acesso em: 30 jun. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Curso de Design. **O curso**: histórico. Fortaleza: UFC, 2024. Disponível em: <https://design.ufc.br/pt/o-curso/historico/>. Acesso em: 13 ago. 2024.

VIEIRA, Sonia. **Como elaborar questionários**. São Paulo: Atlas, 2009.

WAHRLICH, Beatriz M.de Souza. Evolução das ciências administrativas na América Latina. **Revista de Administração Pública**, v. 13, n. 1, p. 31-68, jan./mar. 1979.

## APÊNDICE A – ROTEIRO GERAL PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

<b>BLOCO – Perfil do Entrevistado</b>	<b>Objetivo</b>	Coletar dados de identificação pessoal e profissional do entrevistado (Nome, idade, formação, ocupação atual). <i>Obs.: Para esse bloco, parte das questões poderá ser enviada, previamente, em um link para um Google Forms para o entrevistado preencher.</i>
	<b>Perguntas</b>	Qual seu nome completo e idade?  Qual sua formação e ocupação atual?  Há quanto tempo você trabalha ou estuda na área de design ou gestão pública?  Quais projetos ou iniciativas você já desenvolveu ou participou que envolvem o design e o espaço urbano de Fortaleza?
<b>BLOCO II - Percepção e compreensão do Conceito de Cidade Criativa</b>	<b>Objetivo</b>	Levantar como o entrevistado percebe e compreende o conceito de cidade criativa
	<b>Perguntas</b>	Gostaria de ouvir sua compreensão sobre o conceito de "cidade criativa", ou seja, o que você entende pela ideia de "cidade criativa". O que isso significa para você?  Na sua visão pessoal, quais características ou elementos são essenciais para que uma cidade seja considerada criativa?  Como você avalia a importância desses elementos e como eles se conectam entre os diferentes atores (designers e gestão pública, gestão pública e população, designers e população) no contexto das cidades criativas?
<b>BLOCO III – Atuação do Designer em cidades criativas</b>	<b>Objetivo</b>	Compreender a relação do profissional designer com o contexto de Fortaleza como cidade criativa do design da Unesco.
	<b>Perguntas</b>	Gostaria de entender melhor sua experiência profissional como designer. Você poderia compartilhar exemplos de projetos em que atuou?  Em sua trajetória, quais foram as maiores dificuldades e os principais aprendizados em relação à atuação em Fortaleza como cidade criativa do Design?  Como você avalia o reconhecimento do papel do design por parte do poder público e da sociedade em geral, no contexto das cidades criativas?  Na sua visão, o que pode ser feito para fortalecer esse reconhecimento?  Que tipos de ferramentas e metodologias você utiliza em seu trabalho como designer para promover a sustentabilidade e a inclusão no contexto de Fortaleza cidade criativa do design?

<b>BLOCO IV – Desafios e perspectivas futuras</b>	<b>Objetivo</b>	Identificar os desafios e as perspectivas futuras da atividade do profissional Designer no contexto de uma cidade criativa do Design
	<b>Perguntas</b>	De que forma você acredita que os designers podem participar ativamente da formulação e implementação de políticas públicas para cidades criativas?  Quais são os principais desafios a serem enfrentados para a valorização da atividade profissional do designer na cidade criativa de Fortaleza?  Que tipo de políticas públicas você considera essenciais para fomentar a atuação de designers na construção de cidades mais sustentáveis e inclusivas?
<b>BLOCO V – Considerações finais</b>	<b>Objetivo</b>	Realizar um fechamento da entrevista com tópicos livres acrescentados por parte do entrevistado ou sugeridos pelo entrevistador, surgidos a partir da própria entrevista
	<b>Perguntas</b>	Há algum outro aspecto que você gostaria de acrescentar?

**Fonte:** Autoria própria.

**APÊNDICE B – ROTEIRO ADAPTADO PARA ENTREVISTA  
DO PONTO FOCAL DA UNESCO**

<b>BLOCO I – Perfil do Entrevistado</b>	<b>Objetivo</b>	Coletar dados de identificação pessoal e profissional do entrevistado (Nome, idade, formação, ocupação atual). <i>Obs.: Para esse bloco, parte das questões poderá ser enviada, previamente, em um link para um Google Forms para o entrevistado preencher.</i>
	<b>Perguntas</b>	Qual seu nome completo e idade?  Qual sua formação e ocupação atual?  Há quanto tempo você trabalha com design na área da gestão pública?  Nesse tempo, quais projetos ou iniciativas você já desenvolveu ou participou que envolvem o design e o espaço urbano de Fortaleza?
<b>BLOCO II - Percepção e compreensão do Conceito de Cidade Criativa</b>	<b>Objetivo</b>	Levantar como o entrevistado percebe e compreende o conceito de cidade criativa
	<b>Perguntas</b>	Gostaria de ouvir sua compreensão sobre o conceito de "cidade criativa", ou seja, o que você entende pela ideia de "cidade criativa". O que isso significa para você?  Na sua visão pessoal, quais características ou elementos são essenciais para que uma cidade seja considerada criativa?  Como você avalia a importância desses elementos e como eles se conectam entre os diferentes atores (designers e gestão pública, gestão pública e população, designers e população) no contexto das cidades criativas?
<b>BLOCO III – Atuação do Comitê Gestor para as ações da chancela</b>	<b>Objetivo</b>	Compreender o contexto de atuação do conselho gestor para as ações da chancela de Fortaleza como cidade criativa do design da Unesco.
	<b>Perguntas</b>	Como surgiu este Comitê? Qual seu contexto de criação?  Qual ou quais são as principais atribuições do comitê gestor?  Quantos e quais componentes fazem parte do comitê gestor e quais são suas funções nele?  Como o comitê funciona no cotidiano? Periodicidade, local e duração dos encontros.  Quais as principais ações da chancela capitaneadas pelo Comitê gestor?  O Comitê gestor possui alguma autonomia decisória (livre de interferências políticas) e financeira?  Como o comitê lida com o contexto político das mudanças das gestões municipais? Há algum tipo de influência no seu modus operandi?

		Quais são os principais desafios enfrentados pelo comitê gestor?
<b>BLOCO IV – Desafios e perspectivas futuras</b>	<b>Objetivo</b>	Identificar os desafios e as perspectivas futuras da atividade do profissional Designer no contexto de uma cidade criativa do Design
	<b>Perguntas</b>	De que forma você acredita que os designers podem participar ativamente da formulação e implementação de políticas públicas para cidades criativas?  Quais são os principais desafios a serem enfrentados para a valorização da atividade profissional do designer na cidade criativa de Fortaleza?  Que tipo de políticas públicas você considera essenciais para fomentar a atuação de designers na construção de cidades mais sustentáveis e inclusivas?
<b>BLOCO V – Considerações finais</b>	<b>Objetivo</b>	Realizar um fechamento da entrevista com tópicos livres acrescentados por parte do entrevistado ou sugeridos pelo entrevistador, surgidos a partir da própria entrevista
	<b>Perguntas</b>	Há algum outro aspecto que você gostaria de acrescentar?

## ANEXO A – DECRETO Nº 15.162, DE 28 DE OUTUBRO DE 2021, DA CRIAÇÃO DO COMITÊ GESTOR DAS AÇÕES DA CHANCELA DE FORTALEZA CIDADE CRIATIVA DA UNESCO

DIÁRIO OFICIAL  
MUNICÍPIO DE FORTALEZA  
28 Out 2021  
SECRETARIA MUNICIPAL DO GOVERNO



**Fortaleza**  
PREFEITURA

**DECRETO Nº 15.162, DE 28 DE OUTUBRO DE 2021**

Dispõe sobre a criação do Comitê Gestor das ações relativas à participação do Município de Fortaleza como Membro da Rede de Cidades Criativas do Design da UNESCO e dá outras providências.

**O PREFEITO DE FORTALEZA**, no uso das atribuições que lhe confere o Art. 83, inciso VI, da Lei Orgânica do Município de Fortaleza;

**CONSIDERANDO** o dossiê apresentado à UNESCO para obtenção da chancela de Cidade Criativa da UNESCO, aonde Fortaleza foi admitida na rede de Cidades Criativas em novembro de 2019 pela linguagem *design*.

**CONSIDERANDO** a importância econômica e social das atividades ligadas à economia criativa para o desenvolvimento da cidade de Fortaleza, o fortalecimento do design, o investimento na criatividade como motor de propulsão para o desenvolvimento urbano inclusivo e sustentável;

**CONSIDERANDO** as ações necessárias para garantir o cumprimento dos compromissos da cidade de Fortaleza como membro da Rede de Cidades Criativas da Unesco, a importância do planejamento do desenvolvimento da economia criativa, por meio do design, de modo a estimular a cooperação entre o governo, a iniciativa privada e os demais setores da sociedade no processo de consolidação dos setores ligados à Rede de Cidades Criativas da Unesco;

### DECRETA:

**Art. 1º** Fica instituído o Comitê Gestor das ações vinculadas aos compromissos de Fortaleza como Cidade Criativa do Design.

### CAPÍTULO I DA COMPETÊNCIA

**Art. 2º** Compete ao Comitê Gestor:

- I - Conduzir a elaboração, implementação e avaliação do Plano de Ações necessários a efetivação e manutenção de Fortaleza como Cidade Criativa da UNESCO, na linguagem de design;
- II - Exercer o intercâmbio permanente com os demais órgãos municipais, estaduais e federais, organismos internacionais e sociedade civil organizadas relacionadas com o tema;
- III - Identificar problemas, buscar soluções e propor diretrizes para alcançar os projetos indicados no dossiê;
- IV - Instituir, quando necessário, grupos temáticos e/ou comissões para a realização de estudos, pareceres e análises de matérias específicas, objetivando subsidiar suas decisões;
- V - Viabilizar o design como linguagem de inovação e inclusão social e produtiva nos ambientes sejam públicos e/ou privados da cidade de Fortaleza garantindo a democratização dos conhecimentos e expressões do design e os direitos de quem as produz fomentando a economia criativa e o consumo do design no mercado local e na exportação de bens e serviços;
- VI - Exercer outras atividades correlatas na área de sua atuação.

PUBLICAÇÃO AUTORIZADA POR: RENATO CESAR PEREIRA LIMA (SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO)

Este documento é cópia do original e assinado digitalmente sob o número XNRH1HQJ. Para conferir o original, acesse o site <https://assineja.sepog.fortaleza.ce.gov.br/validar/documento>, informe o malote 919936 e código XNRH1HQJ.

PALÁCIO DO BISPO / Rua São José, 1 • Centro • CEP 60.060-170 • Fortaleza, Ceará, Brasil. Tel: 85 3105-1464



## Fortaleza PREFEITURA

### CAPÍTULO II DA COMPOSIÇÃO

**Art. 3º** O Comitê Gestor (CG) para implementação das ações da Cidade de Fortaleza como parte da Rede de Cidade Criativa da Unesco no segmento Design será composto por um representante e seu respectivo suplente, indicado por cada um dos órgãos e entidades listadas abaixo:

- I - Gabinete do Vice-Prefeito de Fortaleza (GABVICE);
- II - Assessoria de Assuntos Institucionais/Gabinete do Prefeito (ASSINT/GABPREF);
- III - Fundação de Ciência, Tecnologia e Inovação (CITINOVA);
- IV - Instituto de Planejamento de Fortaleza (IPLANFOR);
- V - Secretaria Municipal da Cultura de Fortaleza (SECULTFOR);
- VI - Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico (SDE);
- VII - Secretaria Municipal do Turismo (SETFOR);
- VIII – Coordenadoria de Comunicação Social/Secretaria Municipal de Governo (SEGOV);
- IX – Coordenadoria de Publicidade e Marketing/ Secretaria Municipal de Governo (SEGOV);
- X - Coordenadoria Especial de Políticas Públicas para Juventude (CEPPJ).

§ 1º Os representantes indicados pelas entidades relacionadas no caput deste artigo deverão ser indicados pelos secretários de cada Instituição.

§ 2º O exercício da função de representante, titular ou suplente, é considerado de interesse público relevante e não será remunerado.

§ 3º A Presidência do Comitê Gestor será exercida pelo Gabinete do Vice-Prefeito de Fortaleza.

§ 4º Instituições públicas e privadas serão convidadas a compor este Comitê Gestor juntamente ao rol indicado no caput deste artigo, da seguinte forma:

- a) da sociedade civil organizada: 4 representantes, titulares e respectivos suplentes;
- b) do setor acadêmico: 4 representantes, titulares e respectivos suplentes.

**Art. 4º** Para atingir os objetivos elencados no Art. 3º, deste Decreto, o Comitê poderá:

- I - estimular o intercâmbio e a cooperação técnica entre Fortaleza e as outras cidades participantes da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, seja em âmbito nacional ou internacional, seja na linguagem design ou em outra linguagem;
- II - promover ações, programas e projetos que fomentem conhecimento e expressões do design, por meio de bens e serviços criativos em âmbito nacional e/ou internacional;
- III - garantir a execução, implementação e avaliação das ações relacionadas no plano de ação;
- IV - articular meios de captação de recursos junto ao poder público, as organizações particulares, instituições e empresas nacionais e internacionais;
- V - representar o Município de Fortaleza nos eventos da Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

### CAPÍTULO III DAS ATRIBUIÇÕES

**Art. 5º** É papel da Presidência coordenar as ações, sempre em consonância com as decisões tomadas em pleno acordo com os membros do Comitê Gestor.

**Art. 6º** A Presidência do Comitê Gestor de Fortaleza como Cidade Criativa da UNESCO no

PALÁCIO DO BISPO / Rua São José, 1 • Centro • CEP 60.060-170 • Fortaleza, Ceará, Brasil. Tel: 85 3105-1464



segmento Design deverá criar e manter uma Secretaria-Executiva de modo a garantir o funcionamento deste, convocando reuniões, produzindo atas e documentos de registro das reuniões e decisões nela tomadas.

**Art. 7º** As reuniões do Comitê Gestor deverão ocorrer em cronograma definido pelo próprio Comitê.

#### **CAPÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**Art. 8º** As despesas decorrentes da execução do presente Decreto correrão por conta das dotações orçamentárias próprias de cada órgão.

**Art. 9º** O Gabinete do Vice-Prefeito, enquanto presidente do Comitê Gestor, poderá usar de seus recursos orçamentários, para garantir o cumprimento dos compromissos assumidos pela cidade de Fortaleza como membro da Rede de Cidades Criativas da Unesco.

**Art. 10.** A Secretaria-Executiva do Comitê Gestor de Fortaleza como Cidade Criativa da UNESCO no segmento Design deverá garantir a sua estruturação e o seu pleno funcionamento.

**Art. 11.** Os casos omissos serão resolvidos pela Presidência do Comitê Gestor.

**Art. 12.** O Comitê Gestor funcionará enquanto Fortaleza se mantenha com a Chancela de Cidade Criativa da UNESCO no segmento de Design.

**Parágrafo único.** O mandato dos membros do Comitê Gestor, não poderá, em qualquer hipótese, ultrapassar o término do mandato do Prefeito que os nomeou, com exceção das Instituições públicas e privadas, sociedade civil organizada e do setor acadêmico, que foram convidadas a compor este Comitê.

**Art. 13.** Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação.

**PAÇO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA**, em 28 de outubro de 2021.

José Sarto Nogueira Moreira  
**Prefeito do Município de Fortaleza**

**ANEXO B – PORTARIA Nº 007/2021/GABVICE, DE 21 DE DEZEMBRO DE 2021,  
DA PRIMEIRA NOMEAÇÃO DE REPRESENTANTES DO COMITÊ GESTOR DAS  
AÇÕES DA CHANCELA DE FORTALEZA CIDADE CRIATIVA DA UNESCO**



**Fortaleza**  
PREFEITURA

**Vice-Prefeitura**

PORTARIA Nº 007/2021/GABVICE, DE 21 DE DEZEMBRO DE 2021

CONSTITUI COMITÊ GESTOR DAS  
AÇÕES RELATIVAS À PARTICIPAÇÃO DE  
FORTALEZA COMO MEMBRO DA REDE  
DE CIDADES CRIATIVAS DO DESIGN DA  
UNESCO.

O VICE PREFEITO DE FORTALEZA ESTADO DO CEARÁ, no exercício das atribuições legais, e por meio da Lei Orgânica do Município de Fortaleza, art. 83, incisos VI e XI, Lei Complementar nº 176, de 19 de dezembro de 2014, e o disposto no Decreto nº 15.081 de 09 de agosto de 2021.

Considerando as ações necessárias para garantir o cumprimento dos compromissos da cidade de Fortaleza como membro da Rede de Cidades Criativas da Unesco, a importância do planejamento do desenvolvimento da economia criativa, por meio do design, de modo a estimular a cooperação entre o governo, a iniciativa privada e os demais setores da sociedade no processo de consolidação dos setores ligados à Rede de Cidades Criativas da Unesco.

RESOLVE:

Art. 1º - Instituir Comitê Gestor das ações vinculadas aos compromissos de Fortaleza como Cidade Criativa do Design junto a Unesco, conforme apresentados do dossiê de candidatura e estabelecidos no Decreto Municipal 15.162/2021, publicado no DOM de 28/10/2021, vinculado do Gabinete da Vice Prefeitura.

Art. 2º Compete ao Comitê Gestor:

- I - Conduzir a elaboração, implementação e avaliação do Plano de Ações necessários a efetivação e manutenção de Fortaleza como Cidade Criativa da UNESCO, na linguagem de design;
- II - Exercer o intercâmbio permanente com os demais órgãos municipais, estaduais e federais, organismos internacionais e sociedade civil organizadas relacionadas com o tema;
- III - Identificar problemas, buscar soluções e propor diretrizes para alcançar os projetos indicados no dossiê;
- IV - Instituir, quando necessário, grupos temáticos e/ou comissões para a realização de estudos, pareceres e análises de matérias específicas, objetivando subsidiar suas decisões;
- V - Viabilizar o design como linguagem de inovação e inclusão social e produtiva nos ambientes sejam públicos e/ou privados da cidade de Fortaleza garantindo a democratização dos conhecimentos e expressões do design e os direitos de quem as produz fomentando a economia criativa e o consumo do design no mercado local e na exportação de bens e serviços;
- VI - Exercer outras atividades correlatas na área de sua atuação.

Parágrafo Único – O exercício da função de representante, titular ou suplente, é considerado de interesse público relevante e não será remunerado.



**Fortaleza**  
PREFEITURA

**Vice-Prefeitura**

Gabinete do Vice-Prefeito (GABVICE)	Titular	José Elcio Batista	Mat. 71088
	Suplente	Alberto Dias Gadanha Júnior	Mat. 128688
Assessoria de Assuntos Institucionais (GABPREF)	Titular	Joana Laura Marinho Nogueira	Mat. 98981
	Suplente	Pedro Augusto Escócio de Oliveira	Mat. 128900
Fundação da Ciência, Tecnologia e Inovação (CITINOVA)	Titular	Luiz Alberto Aragão Sabóia	Mat. 98423
	Suplente	Victor Macedo Lacerda	Mat. 104444
Instituto de Planejamento de Fortaleza (IPLANFOR)	Titular	Edgard Lombardi Campos	Mat. 12235102
	Suplente	Livia Socorro de Castro Fernandes	Mat. 11555901
Secretaria Municipal da Cultura de Fortaleza (SECULTFOR)	Titular	Camila Régia Ribeiro Fernandes	Mat. 17491
	Suplente	Cecília de Araújo Passos	Mat. 70270
Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico (SDE)	Titular	Aline Sá Gondim Claro	Mat. 127342
	Suplente	Nadyegida Barbosa do Rego	Mat. 10329
Secretaria Municipal de Turismo (SETFOR)	Titular	Alexandre Pereira Silva	Mat. 10728407
	Suplente	Leiliane Batista Vasconcelos	Mat. 114994
Coordenadoria de Comunicação Social/Secretaria Municipal de Governo (SEGOV)	Titular	Daniel Mendes Aderaldo	Mat. 12789001
	Suplente	Yanna Peixoto de Vasconcelos Guimarães	Mat. 6139402
Coordenadoria de Publicidade e Marketing/Secretaria Municipal de Governo (SEGOV)	Titular	João Batista Uchôa Filho	Mat. 9482306
	Suplente	Raissa Nascimento Nogueira	Mat. 70581
Coordenadoria Especial de Políticas Públicas Para Juventude (CEPPJ)	Titular	Davi Gomes Barroso	Mat. 12788501
	Suplente	Mara Socorro da Silveira de Lima	

PUBLICAÇÃO AUTORIZADA POR: AIRTON DOUGLAS DE ANDRADE LUCAS (SECRETÁRIO-EXECUTIVO)

Fortaleza, Ceará, Brasil

Este documento é cópia do original e assinado digitalmente sob o número 42MGDQCK. Para conferir o original, acesse o site <https://assinaja.sepog.fortaleza.ce.gov.br/validar/documento>, informe o malote 1049928 e código 42MGDQCK



Art.3º – Esta Portaria entra em vigor a partir da data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

**REGISTRE-SE, PUBLIQUE-SE E CUMPRE-SE.**

**JOSÉ ÉLCIO BATISTA**

**VICE-PREFEITO / GABVICE**

**PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA - PMF**

PUBLICAÇÃO AUTORIZADA POR: AIRTON DOUGLAS DE ANDRADE LUCAS (SECRETÁRIO-EXECUTIVO)

Fortaleza, Ceará, Brasil

Este documento é cópia do original e assinado digitalmente sob o número 42MGDQCK  
Para conferir o original, acesse o site <https://assinaja.sepog.fortaleza.ce.gov.br/validar/documento>, informe o malote 1049928 e código 42MGDQCK



Este documento é cópia do original e assinado digitalmente sob o número 42MGDQCK  
Para conferir o original, acesse o site <https://assineja.sepog.fortaleza.ce.gov.br/validar/documento>, informe o malote 1049928 e código 42MGDQCK

**ASSINADO POR:**

Assinado por: JOSE ELCIO BATISTA em 27/12/2021



**PORTARIA Nº 006/2023 - GABVICE, DE 21 DE JUNHO DE 2023.**

ATUALIZA O COMITÊ GESTOR DAS AÇÕES RELATIVAS À PARTICIPAÇÃO DE FORTALEZA COMO MEMBRO DA REDE DE CIDADES CRIATIVAS DO DESIGN DA UNESCO.

O VICE PREFEITO DE FORTALEZA, no exercício das atribuições legais, e por meio da Lei Orgânica do Município de Fortaleza, art. 83, incisos VI e XI, Lei Complementar nº 176, de 19 de dezembro de 2014, alterada pela Lei Complementar nº 278, de 27 de dezembro e 2019 e o disposto no Decreto nº 15.081 de 09 de agosto de 2021.

Considerando as ações necessárias para garantir o cumprimento dos compromissos da cidade de Fortaleza como membro da Rede de Cidades Criativas da Unesco, a importância do planejamento do desenvolvimento da economia criativa, por meio do design, de modo a estimular a cooperação entre o governo, a iniciativa privada e os demais setores da sociedade no processo de consolidação dos setores ligados à Rede de Cidades Criativas da Unesco.

**RESOLVE:**

Art. 1º - Instituir Comitê Gestor das ações vinculadas aos compromissos de Fortaleza como Cidade Criativa do Design junto a Unesco, conforme apresentados do dossiê de candidatura e estabelecidos no Decreto Municipal 15.162/2021, publicado no DOM de 28/10/2021, e alteração posterior no Decreto Municipal 15.563/2023, publicado no DOM de 24/02/2023 vinculado do Gabinete da Vice Prefeitura.

Art. 2º Compete ao Comitê Gestor:

I - Conduzir a elaboração, implementação e avaliação do Plano de Ações necessários a efetivação e manutenção de Fortaleza como Cidade Criativa da UNESCO, na linguagem de design;

II - Exercer o intercâmbio permanente com os demais órgãos municipais, estaduais e federais, organismos internacionais e sociedade civil organizadas relacionadas com o tema;

III - Identificar problemas, buscar soluções e propor diretrizes para alcançar os projetos indicados no dossiê;

IV - Instituir, quando necessário, grupos temáticos e/ou comissões para a realização de estudos, pareceres e análises de matérias específicas, objetivando subsidiar suas decisões;

V - Viabilizar o design como linguagem de inovação e inclusão social e produtiva nos ambientes sejam públicos e/ou privados da cidade de Fortaleza garantindo a democratização dos conhecimentos e expressões do design e os direitos de quem as produz fomentando a economia criativa e o consumo do design no mercado local e na exportação de bens e serviços;

VI - Exercer outras atividades correlatas na área de sua atuação.

Parágrafo Único – O exercício da função de representante, titular ou suplente, é considerado de interesse público relevante e não será remunerado.



## Fortaleza

PREFEITURA

### Vice-Prefeitura

Gabinete do Vice-Prefeito (GABVICE)	Titular	José Elcio Batista	518.171.523-00
	Suplente	Alberto Dias Gadanha Júnior	021.372.733-14
Assessoria de Assuntos Institucionais (GABPREF)	Titular	Joana Laura Marinho Nogueira	801.839.053-34
	Suplente	Gabriela Farias Sabóia	603.641.053-05
Fundação da Ciência, Tecnologia e Inovação (CITINOVA)	Titular	Luiz Alberto Aragão Sabóia	285.835.823-00
	Suplente	Victor Macedo Lacerda	046.932.923-89
Instituto de Planejamento de Fortaleza (IPLANFOR)	Titular	Livia Socorro de Castro Fernandes	658.182.293-00
	Suplente	Carla Esmeraldo Oliveira	655.928.163-91
Secretaria Municipal da Cultura de Fortaleza (SECULTFOR)	Titular	Leiliane Batista Vasconcelos	842.597.363-53
	Suplente	Marina Queiroz Fontenele	670.700.603-78
Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico (SDE)	Titular	Gardênia Mendes Torres	321.980.603-10
	Suplente	Ranna Frota Pinto Veras	061.089.833-70
Secretaria Municipal de Turismo (SETFOR)	Titular	Alexandre Pereira Silva	210.918.623-20
	Suplente	Cristina Campos de Magalhães	242.116.053-72
Coordenadoria de Comunicação Social/Secretaria Municipal de Governo (SEGOV)	Titular	Daniel Mendes Aderaldo	668.308.693-15
	Suplente	Viviane Maria Sobral Freitas	027.234.983-60
Coordenadoria de Publicidade e Marketing/Secretaria Municipal de Governo (SEGOV)	Titular	João Batista Uchôa Filho	708.542.203-30
	Suplente	Marina Brasil Nogueira	054.073.783-61
Secretaria de Juventude (SEJUV)	Titular	Davi Gomes Barroso	008.193.513-77
	Suplente	Mara Socorro da Silveira de Lima	018.166.923-44
Secretaria da Cultura do Ceará (SECULT)	Titular	Luisa Cela de Arruda Coêlho	005.170.153-74
	Suplente	Raquel Santos Honório	019.466.443-07



**Fortaleza**  
PREFEITURA

**Vice-Prefeitura**

Associação Ceará Design	Titular	Allyson dos Reis Pimentel	614.434.503-59
	Suplente	Aldiane Lima de Oliveira	513.584.173-34
Fecomércio Ceará	Titular	Debora Sombra Costa Lima	631.542.263-20
	Suplente	Christianne Caldas Aureliano de Alencar	007.522.774-64
FIEC (Federação das Indústrias do Estado do Ceará)	Titular	André Montenegro de Holanda	190.630.083-68
	Suplente	Luís Carlos Beltrão Sabadia	223.033.533-53
Instituto Juventude e Inovação	Titular	Camila Viana Bezerra Maia Mafra	002.389.923-90
	Suplente	Ariane de Almeida Mendes	049.527.753-30
Instituto CUCA	Titular	Cauibi Mani	375.747.778-29
	Suplente	Manuela Bandeira	005.170.803-54
Instituto Cultural Iracema	Titular	Cássia Campos Cardoso Campo	019.461.473-54
	Suplente	José Emmanoel Abrante Nogueira	897.047.623-72
Instituto dos Arquitetos do Brasil	Titular	Izabela Moreira Lima	033.375.273-29
	Suplente	Raquel Hilário Maranhão	047.287.553-12
Instituto Dragão do Mar	Titular	Lenildo Monteiro Gomes	284.679.222-49
	Suplente	Nayana Silva Lemos Misino	020.593.143-05
Instituto Mirante	Titular	Rodrigo Aguiar Costa Lima	770.183.383-87
	Suplente	Claudia Sales de Alcântara	806.022.403-44
Universidade Federal do Ceará	Titular	Roberto Cesar Cavalcante Vieira	847.204.093-34
	Suplente	Anna Lúcia dos Santos Vieira e Silva	183.285.028-52
Universidade de Fortaleza	Titular	Priscila Medeiros Camelo	013.681.703-31
	Suplente	Tarcisio Bezerra Martins Filho	026.683.013-78



**Fortaleza**  
PREFEITURA

**Vice-Prefeitura**

Art.3º – Esta Portaria entra em vigor a partir da data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

**Registre-se, publique-se e cumpra-se.**

\_\_\_\_\_  
**José Élcio Batista**

**Vice-Prefeito / Gabvice**

**Prefeitura Municipal de Fortaleza - PMF**

PUBLICAÇÃO AUTORIZADA POR: MARIA ELIANI DINIZ DOURADO ARRAIS (SECRETÁRIO-EXECUTIVO)

Este documento é cópia do original e assinado digitalmente sob o número MVR0BPF7  
Para conferir o original, acesse o site <https://assineja.sepog.fortaleza.ce.gov.br/validar/documento>, informe o malote 2409218 e código MVR0BPF7



Este documento é cópia do original e assinado digitalmente sob o número MVROBPF7  
Para conferir o original, acesse o site <https://assineja.sepog.fortaleza.ce.gov.br/validar/documento>, informe o malote 2409218 e código MVROBPF7

**ASSINADO POR:**

Assinado por: MICHELINE BECKER MACEDO LIMA:48030490330 em 21/06/2023    Assinado por: JOSE ELCIO BATISTA:51817152300 em 03/07/2023