

Territorios Creativos: una visión sobre la realidad de Salvador de Bahía

Richard Alves



Carnaval en el Centro Histórico de Salvador de Bahía.

La creatividad como elemento que impulsa el desarrollo

El ser humano, ante los desafíos que ha enfrentado a lo largo de su existencia, ha sabido generar soluciones creativas en las más diversas áreas del conocimiento llevando a la humanidad, incluso ante tantos problemas aun existentes, a mejorar su calidad de vida, verificada, por ejemplo, en la longevidad de los individuos y en la cura de tantas enfermedades. Ese mismo ser humano ha conseguido producir inventos absolutamente fantásticos, desde los más complejos, como modernos aviones, hasta objetos de lo más triviales para utilización doméstica.

Pero, incluso con toda esa capacidad creativa, ese mismo hombre se enfrenta a desafíos que su capacidad se obstina en parar: desigualdad social, problemas con

violencia urbana, personas que podrían tener mejor calidad de vida.

La sociedad moderna vive un momento de constantes paradojas en la medida en que avanzamos en las conquistas en el campo del conocimiento aplicado a las ciencias, artes, economía, etc., no obstante, por otro lado, no conseguimos revertir y mejorar situaciones tan básicas como la mejora de las condiciones de vida y el trabajo de las personas.

El principal *input* para la construcción de una sociedad con mayor generación y distribución de la riqueza para los ciudadanos ya está disponible: el talento creativo. Cabe a los actores públicos y privados la construcción de los mecanismos necesarios para fomentar ese nuevo ciclo socioeconómico en los territorios.

La reorganización social ocurrida a partir del crecimiento de las zonas urbanas y de la fuerte relación del ser humano con los bienes de consumo han creado lazos de dependencia del individuo con los productos y servicios que atendían sus necesidades y han provocado que hubiese también una fuerte subordinación del hombre al trabajo, en una relación muchas veces conflictiva entre una mera obligación para la supervivencia individual y la oportunidad para el desarrollo intelectual y elevación de la posición social.

Ocurre que, gradualmente, el hombre busca no solamente atender sus necesidades básicas (alimentación, protección térmica del cuerpo y seguridad), sino también satisfacer necesidades unidas al ego a través del *status* que determinados productos generan para sus depositarios.

La cultura está presente en diversas dimensiones de lo cotidiano, pasando por los modos de vida y comportamientos de los individuos, creencias, religiosidad, valores, prácticas e identidades, completando una dimensión cultural simbólica, pudiendo también ser considerada elemento impulsor del desarrollo de territorios.

Varios países y ciudades han buscado estrategias y acciones para incrementar el aprovechamiento del enorme potencial de la cultura y de la creatividad en la generación de riqueza para su población. Temas como Economía de la Cultura e Industrias Culturales, Economía Creativa e Industria Creativa, Ciudades Creativas y, por fin, Territorios Creativos están presentes en la pauta actual de las discusiones, proyectos institucionales y cada vez más acciones de gobierno.

Uno de los aspectos que conforma la gran capacidad que la economía creativa posee para el desarrollo de lugares o territorios está en el hecho de que su principal

activo no es meramente financiero, sino la riqueza cultural existente y el capital intelectual aplicado en la transformación de activos simbólicos en económicos.

Ante la diversidad cultural brasileña y el crecimiento de los segmentos unidos a la cultura nacional es posible verificar que existen oportunidades de desarrollo de las ciudades y del país teniendo como base las industrias culturales.

Señálese que es bastante amplio el espectro de beneficios derivados del desarrollo de los sectores creativos, principalmente para determinados grupos de la sociedad de baja renta que presentan insuficientes recursos financieros para concretar otras alternativas de trabajo, pero que a través de una aptitud y talento cultural pueden, efectivamente, estar insertos en el proceso de desarrollo y mejoría de la calidad de vida.

Con todo, tal desarrollo no puede ser imaginado como mera obra del acaso o que ocurra de forma significativa cuando depende solamente de un proceso espontáneo. El desarrollo de las industrias culturales y de la economía de la cultura demanda acciones coordinadas y estructuradas, realizadas por agentes públicos y privados que puedan conseguir resultados a través de políticas y programas consistentes. En ese contexto, las políticas públicas serían los medios fundamentales para conseguir mejores resultados en el desarrollo de la cultura en sus variadas dimensiones, lo que incluiría también su vertiente económica.

Cuando analizamos las diversas iniciativas de cohesión social y desarrollo económico que han tomado impulso a partir de la temática cultural, se hace evidente el poder transformador que podrá alcanzar cuando se asocie a programas y políticas públicas bien estructuradas tal y como ocurre en otros países. Estimular mecanismos para

que la creatividad pueda contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos se convierte, así, en cuestión estratégica para territorios, pues, además de la nobleza de la propia dimensión simbólica que la cultura naturalmente representa para una sociedad, el gran desafío está relacionado con su capacidad para contribuir en la dimensión socioeconómica.

Aunque la cultura se presente en diversas formas se manifiesta en lugares específicos; por tanto, es en los territorios donde se generan los fenómenos creativos. Los espacios urbanos denominados ciudades tienen un papel fundamental en la existencia de la humanidad como lugar donde está concentrada la mayor parte de la gente. En esos ambientes, las personas se relacionan, actúan, expresan su creatividad, siendo lugares propicios a la producción intelectual y a la convivencia con los elementos culturales existentes en el territorio.

Una mirada más atenta al lugar permite lecturas que evidencian sus atributos más característicos que muchas veces se presentan como grandes diferenciales del territorio para el proceso de valoración de la creatividad. Las ciudades que tienen la capacidad de crear ambientes favorables a la creatividad pueden transformar su realidad socioeconómica, aprovechando los activos culturales de forma integrada con las vocaciones económicas. Generalmente, la visión de la ciudad creativa ocurre evaluándola como un territorio amplio, siendo posible la existencia de subterritorios. En algunas situaciones, el territorio puede ser una calle o conjunto de calles, o incluso, la parte más pequeña del barrio podría caracterizarse como un territorio creativo. El territorio está directamente vinculado a las relaciones existentes entre los individuos del espacio. Personas creativas buscan lugares auténticos, pero no terminados y así

pueden sentirse parte de la construcción del territorio.

Diversos autores defienden que la clave de la creatividad en los ambientes urbanos está directamente relacionada con la cuestión de la diversidad en términos geográficos, sociales y económicos. Los espacios precisan tener una característica multifuncional para que las calles queden llenas de actividades en cada momento del día.

Ya que existe la relación entre la creatividad y el contexto de una colectividad con individuos creativos, los territorios creativos serían espacios con gran concentración de personas que expresan sus talentos culturales, artísticos e intelectuales, a través de negocios vinculados a la economía creativa. Tales espacios conformarían ambientes altamente favorables para vivir y trabajar, así como tendrían gran capacidad de atracción de personas de los más diversos lugares, que de forma dinámica contribuyen a la diversidad cultural del territorio.

A pesar de que el abordaje de territorios creativos es relativamente reciente, con reducida difusión en la sociedad, ese proceso podría generar en Salvador innumerables posibilidades para garantizar la afirmación del patrimonio y mejores condiciones socioeconómicas para la población, dada la fuerza presente de las diversas manifestaciones culturales existentes, que, sumadas a cuestiones como tecnología, innovación y convivencia de los talentos locales con los talentos atraídos de otras partes del mundo, pueden potenciarla como ciudad creativa con varios territorios creativos.

Salvador, primera capital de Brasil: territorio creativo

La capital de Bahía, Salvador, es una de las principales ciudades creativas de Brasil

en la medida en que presenta una importante diversidad y efervescencia cultural palpable en las calles, playas, fiestas y en la forma típica del bahiano, acuñada a lo largo de su historia, que permanece en su rostro, gestualidad y vocabulario. Ciudad de innumerables riquezas culturales, oriundas principalmente de su trayectoria histórica y herencia africana, Salvador expresa sus atributos creativos a través de la música, de la danza, de la gastronomía, de la religiosidad, de la arquitectura, de las artes visuales y fuertemente en los comportamientos presentes en lo cotidiano de la sociedad, que agrupa toda esa riqueza en una simbología de *baianidade*.

A pesar de poseer esas potencialidades, la capital bahiana, por otro lado, padece inmensas desigualdades sociales derivadas de una pobreza que asola a la mayor parte de la población, carente de educación de calidad, mejores condiciones de habitabilidad, asistencia a la salud, pero, principalmente, de políticas públicas adecuadas para promover el desarrollo socioeconómico. La ciudad posee varios territorios creativos como el Rio Vermelho, Itapuã, Península de Itapagipe, Curuzu, entre otros, y varios de ellos podrían ser objeto de un análisis y proposición en cuanto a la importancia de una estrategia local basada en el estímulo a las industrias creativas, cada uno con su marca identitaria.

Mientras, el Centro Histórico de Salvador es una de las áreas con mayor expresión histórica, cultural y turística para la ciudad, además de caracterizarse como un territorio icono de la cultura bahiana. El Centro Histórico cuenta con estudio y Plan de Rehabilitación, realizado recientemente por el Gobierno de Bahía, a través de la Secretaría de Cultura, Despacho de Referencia del Centro Histórico y la Organización de las Naciones Unidas

para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), por medio del documento titulado “Centro Histórico de Salvador: Plan de Rehabilitación Participativo”. Se trata de un estudio bastante consistente y globalizador que permite una amplia lectura de las características y problemáticas presentes en el área.

Las ciudades buscan alternativas para convertir los espacios en lugares plácidos y capaces de proporcionar bienestar a su población, a despecho de las consecuencias típicas derivadas del crecimiento urbano como superpoblación, movilidad, violencia, pobreza, degradación social, etc.; y de la mercantilización de las relaciones en las diversas esferas. El Plan de Rehabilitación utiliza la mayor parte de esas problemáticas para descubrir la realidad del Centro Antiguo, apuntar la caracterización del territorio a través de datos secundarios y presentar un grupo de propuestas de intervención. Esas propuestas han sido elaboradas basándose en la participación social por medio de Comités Temáticos, espacios apuntados como democráticos, abiertos al diálogo; por lo tanto, se entienden como legítimas las propuestas presentadas por el Plan, a pesar de que presentan espacios para complementaciones de sus líneas de trabajo.

Para conocer el territorio del Centro Histórico es importante conocer la propia historia de Salvador, fundada el 29 de marzo de 1529 con el fin de ser la sede del gobierno de la colonia portuguesa. Esa definición tuvo en cuenta las características naturales de la ciudad, que reunía atributos importantes para la defensa de la capital y como base para la expansión del dominio en las nuevas tierras.

La integración entre los continentes tenía en las zonas portuarias sus mayores eslabones de ligazón. Así, varias ciudades como Lisboa, Nueva York y Salvador nacieron o

se consolidaron entre los siglos XIV y XVII porque poseían ese diferencial natural. En el caso de Salvador, la Bahía de Todos los Santos abrigaba condiciones portuarias extremadamente favorables para los navegadores, y una topografía que facilitaba la defensa de la ciudad, con 90 metros de altura en una elevación del terreno a lo largo de una extensión de aproximadamente 15 kilómetros a lo largo de la costa.

Los componentes histórico, arquitectónico y cultural dictan las principales características del territorio, que ha pasado por procesos de cambio desde el surgimiento de los primeros núcleos urbanos hasta los días actuales, y tienen una gran carga simbólica que construye la imagen soteropolitana¹. La herencia visible del área está presente en la arquitectura y en los equipamientos culturales (museos, teatros, bibliotecas, archivos, iglesias, etc.), aunque una parte considerable del conjunto arquitectónico, especialmente las viviendas, se encuentra en condiciones precarias.

La ciudad fue capital de Brasil desde la fundación hasta 1763, y en esos 243 años el actual Centro Histórico fue un territorio con gran concentración de actividades económicas y culturales, además de residencia de las familias pudientes de la aristocracia de la época. Abrigaba también las instituciones políticas y religiosas. De este modo, se caracterizó la formación urbana por la edificación de viviendas y edificios de gran importancia histórica y cultural como el *Palácio do Governador*, *Casa de Câmara e Cadeia*, *Igreja do Carmo*, *Igreja e Convento de Santa Teresa*, el *Terreiro de Jesus*, que actualmente forman importante patrimonio arquitectónico luso-brasileño.

¹ Gentilicio de Salvador de Bahía.

La influencia portuguesa predomina en la arquitectura del territorio y en los aspectos tangibles de la herencia cultural del Centro Histórico. Sin embargo, hay que destacar el fuerte mestizaje por el cual ha pasado el territorio, especialmente en relación con la influencia africana llegada a Brasil con los primeros pueblos que aquí llegaron a partir del siglo XVI en la condición de esclavos, y que introdujeron su cultura de forma tan palpable que han caracterizado la identidad bahiana en el siglo XX. La comercialización de esclavos era una actividad dinámica en la zona portuaria de Salvador. En el movimiento alrededor del puerto también se destacaban actividades económicas como algodón, tabaco, ganado y caña de azúcar provenientes del *Recôncavo Baiano*, de esta forma, la ciudad fue gradualmente ocupando una franja costera y formando la *Cidade Baixa*, y que a lo largo de las décadas fue consolidándose como centro comercial y de distribución. La pendiente separaba la *Cidade Baixa*, con su característica comercial y portuaria, de la *Cidade Alta* como un área con mayor predominio residencial, que hoy representa el Centro Histórico de Salvador. Para comunicar esas dos áreas se fueron abriendo caminos y cuevas, y en el año de 1872 surgió el *Elevador Lacerda* (Ascensor Lacerda) como elemento de ligazón de los dos platós, para, a lo largo del tiempo integrarse en el escenario urbano.

Con la mudanza de la Capital a Río de Janeiro, en el siglo XVIII, y posteriormente a Brasilia, Salvador deja de ser el centro irradiador del poder político y militar. En el plano sociocultural, el territorio del CAS (*Centro Antigo de Salvador*) ha creado vínculos con los movimientos de resistencia de la cultura negra y sus manifestaciones, como ejemplo el carnaval con sus peñas

tradicionales y *afoxés*², y del surgimiento de una clase artístico-musical de fuerte caracterización étnica y que ha promovido una “mercantilización” de la cultura por medio de la música.

El área denominada Centro Histórico de Salvador, donde está localizado el mundialmente conocido Pelourinho, puede ser considerada el corazón del Centro Histórico y de la propia ciudad, pues ese núcleo urbano surgió con la fundación de Salvador y presenta el trazado urbano prácticamente original. La región, que presenta trazado urbano y estándar arquitectónico bastante homogéneo fue “protegida” a lo largo de sus casi cinco siglos de existencia por una serie de medidas de control:

- En los años sesenta y setenta el proceso de desalojo de habitantes del Centro Histórico es reforzado por medio de nuevos proyectos urbanos y portuarios en la región metropolitana de Salvador con fuerte desplazamiento administrativo y comercial a otras áreas de la ciudad, teniendo como consecuencia su depreciación inmobiliaria y consecuente degradación social.
- Tras los años ochenta varios proyectos y programas de los Gobiernos Estadual y Municipal realizaron intervenciones en el territorio del Centro Histórico alterando su configuración poblacional y económica.

La historia del Centro Histórico en el siglo XX está marcada por la transición, del apogeo al declive económico y social. No

2 Afoxé es una manifestación en las calles durante el carnaval. Está relacionada con la religiosidad y fiesta; es una manifestación de raíces afro-brasileñas relacionadas con el pueblo yoruba, donde sus miembros están vinculados por un patio de Candomblé. Candomblé es una religión africana traída a Brasil a través de los esclavos negros que desembarcaron y en la cual a las divinidades de culto se le llaman Orixás.

obstante, desde el punto de vista cultural, el territorio ha preservado la efervescencia de su matriz africana, mestizada con las influencias europeas —especialmente portuguesas— que datan de su fundación, creando una identidad única y singular, pero al mismo tiempo variada y accesible, lo que contribuye a retornar para que el territorio se volviese creativo.

El análisis y la proposición de acciones para un territorio tan rico y denso cultural y socialmente, ciertamente proporciona una enorme responsabilidad, pues en los últimos años se han intentado muchas alternativas y acciones por parte de los actores públicos y privados, sin resultados satisfactorios para la sociedad. Un presupuesto indica que probablemente intervenciones demasiado reduccionistas, intentando transformar el lugar en mero destino turístico, serían las causadoras de la poca efectividad y sostenibilidad de las iniciativas anteriores.

Una estrategia importante está relacionada con el fomento de los activos simbólicos, presentes en el patrimonio arquitectónico, en los equipamientos culturales y principalmente en la expresión creativa de los bahianos natos y de los bahianos por opción, o sea, aquellos atraídos por la atmósfera encantadora y estimulante de Bahía para vivir y generar su producción intelectual.

Algunos presupuestos que tienen que ser considerados en el desarrollo del Centro Histórico de Salvador como Territorio Creativo:

- a) La cultura expresada de las más diversas formas y lenguajes constituye importante patrimonio de un pueblo, bien como posibilidad concreta de mejora de la calidad de vida a través del desarrollo de las actividades relacionadas con la economía creativa.



Bahianas en el Pelourinho de Salvador de Bahía.

- b) Lugares con fuerte presencia y diversidad de activos culturales y personas creativas pueden ser un ambiente especialmente favorable para el desarrollo basado en la economía creativa, conformando los territorios creativos.
- c) Los ambientes favorables a la creatividad generan mejores condiciones para el desarrollo y atracción de una clase creativa, que forma una importante base económica y social para el mundo actual.
- d) El fomento al desarrollo de los territorios creativos ocurre cuando existen políticas públicas consistentes que implican de forma participativa a los protagonistas de las esferas gubernamental, privada y del sector terciario.
- e) Son imprescindibles mecanismos de apoyo para todo el ciclo de creación, producción y distribución de los activos creativos.

Un principio fundamental tiene en cuenta que el proceso de trabajo debe ser validado con los sujetos locales que tendrán condiciones de opinar e indicar, de entre los proyectos de posibles acciones, de qué

forma su aplicabilidad sería más efectiva en el lugar. En el caso del Centro Histórico se evalúa que el plan de rehabilitación se encuentre bastante actualizado en relación a los indicativos de intervención en el territorio, teniendo una laguna respecto a la gerencia del proceso, e incluso, una carencia de enfocar más específicamente el encadenamiento de los activos creativos existentes. A continuación, referenciales de actividades para potenciar el territorio creativo:

– **Componente A - Articulación de los actores institucionales**

El desarrollo del territorio creativo envuelve múltiples dimensiones pasando directamente por acciones implicadas por los agentes culturales y clase creativa, demandando acciones relacionadas con las cuestiones sociales, de infraestructura y seguridad, entre otros. Además, en el territorio existen cuestiones que dependen de las varias representaciones del poder público en las esferas federal, estadual y municipal. En ese sentido, la articulación de los actores institucionales puede garantizar una

convergencia de esfuerzos, superación de los desafíos existentes y alcanzar los resultados necesarios.

– **Componente B - Análisis del medio ambiente e identificación de los líderes estratégicos en el territorio**

Cada lugar presenta características propias derivadas de su proceso de formación social y cultural. Por eso, se vuelve necesario el análisis de la realidad del territorio teniendo como base informaciones primarias, secundarias y terciarias. Lo importante en ese componente es tratar las informaciones disponibles para que sean accesibles en todo el proceso pautando las decisiones de los responsables de la gobernanza del territorio. Otro aspecto relevante radica en los propios actores locales, deben estar atentos ante eventuales ausencias de informaciones y datos necesarios para la actuación de los socios institucionales. Destaca que la lectura sobre la realidad del lugar es un proceso dinámico y continuo que gradualmente se enriquece a lo largo de la intervención.

– **Componente C - Talleres participativos de construcción de la visión de futuro**

Incluso evaluando que, preferentemente, los componentes no siguen un orden cronológico rígido, en determinados momentos es necesaria una coherencia para el encadenamiento de los abordajes. No se trata de una secuencia inflexible, pero en el caso de este componente será recomendable que ocurra tras los componentes A y B en función de la posibilidad de mayor consistencia de informaciones para el primer momento participativo con foco de atención en la temática territorio creativo.

Los talleres participativos se constituyen como oportunidad para una etapa

esencial en todo el proceso que será la implicación de los actores locales, especialmente los líderes, de forma integrada con las representaciones institucionales procurando la discusión y fortalecimiento de una visión de futuro compartida para el territorio basada en el desarrollo de los activos creativos.

– **Componente D - Fortalecimiento de la gobernanza local**

La capacidad de gestión local del proceso se constituye como elemento indispensable para la efectividad de las acciones necesarias al desarrollo. Ni siquiera los actores sociales poseen siempre la atribución de ejecutar iniciativas que estén más allá de sus competencias de actuación. Con todo, el protagonismo colectivo de los líderes del territorio seguramente proporciona gran capacidad de resolución de los problemas y aprovechamiento de las oportunidades, pues, en primer lugar, tiene legitimidad para indicar necesidades y reivindicar la actuación de los actores institucionales. Además, tales actores pueden demostrar capacidad de monitorización y aceleración de los procesos estratégicos relevantes para el lugar. Y, finalmente, el núcleo de gobernanza del territorio creativo, sea aprovechando una estructura existente, sea formando una nueva estructura de gestión compartida, debe agregar además de a los líderes locales a las propias instituciones públicas que pasan a actuar como corresponsables de la potencialización del territorio.

– **Componente E - Ejes estratégicos y proyectos incentivos**

Ante la perspectiva de que el fomento a los negocios creativos en el territorio pueda contribuir a la potencialización del territorio creativo, el grupo de líderes implicados en el proceso tiene que

identificar los ejes estratégicos y proyectos incentivadores considerando:

1. Validación o revisión de líneas de actuación previstas en el Plan de Rehabilitación Participativo del Centro Histórico, identificando acciones concretas y formas de llevarlas a cabo.
2. Identificación de líneas de actuación surgidas en el Componente A de este proyecto de intervención, principalmente referido al fomento a la clase creativa existente y atracción de nuevos negocios creativos para el territorio.
3. Implementación de un programa que se ocupe del estímulo al ciclo de creación, producción, circulación y distribución de bienes culturales, con centro de atención en el emprendimiento, orientación de gestión y de los aspectos técnicos relacionados con la viabilidad de proyectos y negocios creativos.
4. Otras iniciativas relevantes identificadas en los talleres de construcción de la visión de futuro del territorio creativo.

– **Componente F - Plan operativo del territorio creativo**

La materialización de acciones en el contexto económico, social y de infraestructura, para que acontezca de forma estructurada y con la optimización de los recursos, tiene necesariamente que estar precedida por la planificación. Es común que el territorio objeto de las intervenciones posea inúmeros diagnósticos, e incluso planes o proyectos, los cuales también de forma recurrente acaban demostrando poca efectividad y aun menos resultados concretos.

Incluso al considerar que la lógica aquí delineada proyecta de forma inequívoca el papel de la gobernanza local y de las

iniciativas anteriormente propuestas o en curso, el éxito de la formación del Territorio Creativo está directamente relacionado con la capacidad de priorización de las iniciativas relevantes, gerencia colectiva de la agenda local y fomento de la cohesión social.

Para garantizar los mejores resultados posibles se recomienda que el Plan Operativo sea una herramienta de trabajo dinámica que dirija el desarrollo de las acciones, posibilitando el acompañamiento del *status en tiempo real*, y sirviendo aun como medio para un proceso de comunicación e integración de los actores locales e institucionales.

– **Componente G - Sistema de informaciones, monitorización y evaluación**

Uno de los principales obstáculos para el mejor desarrollo de las actividades económicas relacionadas con los activos creativos está unido a la ausencia de las informaciones actualizadas e indicadores ordenados para esa nueva economía.

Consideraciones finales

En el mundo actual, queda patente que, invariablemente, resultados más efectivos dependen de mejores procesos de gestión, sea en organizaciones privadas, instituciones públicas o aun en las intervenciones dirigidas a la gestión social y el desarrollo en territorios.

Los líderes y actores sociales que estén comprometidos en la conquista de transformaciones concretas en relación con la mejora de la condición humana deben definir su forma de actuación mucho más en procesos abiertos a la construcción colectiva que en fórmulas o métodos pretendidamente estructurados. Ese análisis, sin embargo, no descarta la importancia del

método para el desarrollo de los procesos, todo lo contrario, indica una sistemática que debe ser entendida como referencial con la debida flexibilidad hacia los ajustes necesarios cuando se enfrenta con la realidad del territorio y de sus actores sociales.

De esta forma, se concluye que el Centro Histórico puede ser potenciado como un

Territorio Creativo siempre que ello sea un objetivo compartido por líderes implicados en la transformación de la realidad local, materializando políticas públicas, que deben constituirse no solamente como políticas de gobierno, sino como políticas que sean la convergencia de la sociedad y del poder público.

Bibliografía

ALBAGLI, S. (2004). Território e territorialidade. En: LAGES, V. y BRAGA, C.

ALENCAR, E. M. y GALVÃO, A. (2007). Condições favoráveis à criação nas ciências e nas artes. En: VIRGOLIM A. M. (Org.) *Talento criativo: expressão em múltiplos contextos*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília.

BENDASSOLLI, P. F. y WOOD Jr., T. (2009). *Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades*. RAE.

BRANDÃO, C. (2007). *Território e desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global*. Campinas: Editora da UNICAMP.

COUTINHO, D. et al. (2007). *Termo de referência para atuação do sistema SEBRAE na cultura e entretenimento*. Brasília, DF: SEBRAE.

DEFOURNY, V. (2010). Presentación. En: G. d. UNESCO, *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon. 101.

FERREIRA, F. (2008). *Cities, the Information Society and the Creative Industries: an analysis of the core media related creative industries in Salvador, Bahia*. Austin: The University of Texas at Austin.

FERREIRA, F. Salvador e Austin enquanto cidades criativas: planos estratégicos e os fatores.

FLORIDA, R. (27.10.2010). Crise marca o surgimento de um novo capitalismo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. A13.

FLORIDA, R. *Cities and the creative class*. New York; London: Routledge.

FONSECA, A. C. (2008). *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.

FONSECA, A. C. y DE MARCO, K. (Org.) (2009). *Economia da cultura: idéias e vivências*. Rio de Janeiro: Publit.

FONSECA, A. C. *Cidades criativas, turismo cultural e regeneração urbana*. Disponível em: <<http://www.gestaocultural.org.br/pdf/Ana-Carla-Fonseca-Cidades-Criativas.pdf>>. Accedido el: 28 feb. 2011.

FONSECA, A. C. *Entrevista: Inovação e cultura para eternizar cidades*. Disponível em: <http://www.brasileconomico.com.br/epaper/contents/BE_2011-08-22.pdf>. Accedido el: 4 sept. 2011.

FONSECA, A. C. Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico. In: FONSECA, A. C. (Org.) *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.

- FONSECA, A. C. y DE MARCO, K. (2009). *Economia da cultura: idéias e vivências*. Rio de Janeiro: Publit.
- FONSECA, A. C. y KAGEYAMA, P. (2009). *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- GIANELLA, V. (2008). Base teórica e papel das metodologias não convencionais para a formação em gestão social. En: CANÇADO, A. C. et al. *Os desafios da formação em gestão social*. Palmas: Provisão.
- GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. Secretaria de Cultura, Escritório de Referência do Centro Antigo. UNESCO. (2010). *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.
- GUERRA, O. y GONZALEZ, P. (2010). Aspectos econômicos. En: G. d. Bahia, S. d. Cultura, E. d. Antigo, & UNESCO, *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.
- HARTLEY, J. (Editado). (2008). *Creative industries*. Blackwell Publishing.
- HOWKINS, J. (2007). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Books.
- ISAR, Y. R. (2008). Visão global: das inquietações conceituais a uma agenda de pesquisas. En: FONSECA, A. C. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.
- JACOBS, J. (2009). *Morte e vida de grandes cidades*. São Paulo: Martins Fontes.
- KAGEYAMA, P. (2009). Creative city. En: FONSECA, A. C.; P. K. (Org.), *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- KAGEYAMA, P. *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- LAGES, V. (2007). Base conceitual. En: *Termo de referência para atuação do sistema SEBRAE na cultura e entretenimento*. Brasília, DF: SEBRAE.
- LAGES, V., BRAGA, C. y MORELLI, G. (Org.) (2004). *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília; Rio de Janeiro: SEBRAE; Relume Dumará.
- LANDRY, C. (2009). The creative city: The history of a concept. En: FONSECA, A. C.
- LARAIA, R. D. (2001). *Cultura: Um conceito antropológico*. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- LERNER, J. (2009). Every city can be a creative city. En: FONSECA, A. C. y KAGEYAMA, P. (Org.) *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- LIMA, B. (2010). Apresentação. En: G. d. UNESCO, *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.
- MACHADO, R. M. (2009). Da indústria cultura à economia criativa. *Revista Alceu*, Rio de Janeiro, p. 83-95.
- MANITO, F. (2010). *Ciudades creativas: Creatividad, innovacion, cultura y agenda local*. Barcelona: Fundación Kreanta.
- MEIRELES, M. (2010). Apresentação. En: G. d. UNESCO. *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.
- MELGUIZO, J. (2009). Medellín, a creative city. En: FONSECA, A. C. y KEGEY-

- AMA, P. (Org.) *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- MENDES, Cândido y LARRETA, Enrique (2003). *Representação e complexidade*. Rio de Janeiro: Garamond.
- MIGUEZ, P. (2007). *Alguns aspectos do processo de constituição do campo de estudos em economia da cultura*. SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ECONOMIA DA CULTURA, Recife, p. 19.
- MORELLI, G. (Org.). *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília/Rio de Janeiro: SEBRAE; Relume Dumará.
- NEVES-PEREIRA, M. S. (2007). Uma leitura histórico-cultural dos processos criativos: as contribuições de Vygotsky e da psicologia soviética. En: VIRGOLIM, A. M. (Org.). *Talento criativo: expressão em múltiplos contextos*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília.
- NOBLE, M. (2009). *Lovely spaces in unknown places: creative city building in Toronto's Inner Suburbs*. Toronto: University of Toronto. 103.
- PARDO, J. (2009). Management and governance for creative cities. En: FONSECA, A. C. y KAGEYAMA, P. (Org.) *Creative city perspectives*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions.
- PRESTES FILHO, L. C. (2009). Fluxos econômicos e cadeias setoriais. En: FONSECA, A. C. y DE MARCO, K., *Economia da cultura: idéias e vivências*. Rio de Janeiro: Public. p. 71.
- PRIGOGINE, I. (2003). O fim da certeza. En: MENDES, C. y LARRETA, E. *Representação e complexidade*. Rio de Janeiro: Garamond.
- QUEIROZ, L. A. (2010). Economia do turismo. En: G. d. Bahia, S. d. Cultura, E. d. Antigo, & UNESCO. *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.
- RUBIM, A. A. (2011). *As políticas culturais e o Governo Lula*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- SANTAGATA, W. (2004). *Cultural districts and economic development*. Turin: University of Turin. 104.
- SANTANA, M. C. (2010). Avaliação dos equipamentos e negócios culturais. En: G. d. UNESCO. *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.
- SANTOS-DUISENBERG, E. d. (2008). Economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? En: FONSECA, A. C. (Org.), *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.
- UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION. *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Disponible en: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>>. Accedido el: 28 feb. 2011.
- VIRGOLIM, A. M., (Org.). (2007). *Talento criativo: expressão em múltiplos contextos*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília.
- WAGNER, J. (2010). Presentación. En: G. d. UNESCO., *Centro Antigo de Salvador: Plano de Reabilitação Participativo*. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon.