

## CIDADES CRIATIVAS DO DESIGN: Brasília sob a Perspectiva da Inovação Social

*CREATIVE DESIGN CITIES: Brasília from the Perspective of Social Innovation*

GARROSSINI, Daniela; Professora Doutora; PPG Design - UnB  
Universidade de Brasília; daniela.garrossini@gmail.com

FIGUEIREDO, Eneida; Mestranda do PPG Design - UnB  
Universidade de Brasília (UnB); eneida.figueiredo@aluno.unb.br

BARBOSA, Nathalia; Mestranda do PPG Design - UnB  
Universidade de Brasília (UnB); barbosa.nathalia@aluno.unb.br

### Resumo

Este artigo busca refletir sobre Cidades Criativas do Design, analisando sua influência na inovação social e no desenvolvimento urbano sustentável. Utilizando uma revisão de literatura focada em cidades criativas, economia criativa e inovação social, com ênfase na experiência de Brasília, o texto explora a interconexão entre criatividade, diversidade, cultura e design. Em um mundo em constante transformação social e tecnológica, mas ainda desigual e excludente, são necessárias políticas que promovam diálogo, engajamento e senso de pertencimento. A reflexão teórica destaca o design social como atividade estratégica que combina teoria e prática, mediando a percepção cultural, prospectando e imaginando cenários futuros. O objetivo é a convergência do bem-estar percebido e da sustentabilidade urbana como bens comuns.

**Palavras-Chave:** Cidades Criativas; Brasília; Design e Inovação Social.

### Abstract

*This article aims to reflect on Creative Cities of Design, analyzing their influence on social innovation and sustainable urban development. Using a literature review focused on creative cities, creative economy, and social innovation, with an emphasis on the experience of Brasília, the text explores the interconnection between creativity, diversity, culture, and design. In a world of constant social and technological transformation, yet still unequal and exclusive, policies are needed to promote dialogue, engagement and sense of belonging. The theoretical reflection highlights social design as a strategic activity that combines theory and practice, mediating cultural perception, prospecting and imagining future scenarios. The goal is the convergence of perceived well-being and urban sustainability as common goods.*

**Keywords:** Creative Cities; Brasília; Design and Social Innovation.

## 1 Introdução

A concepção de cidades criativas emergiu como uma abordagem inovadora para o desenvolvimento urbano sustentável. Este artigo visa analisar a interação entre design e cultura nas Cidades Criativas, por meio do conceito de inovação social mediada pelo design, sua influência e impacto na economia da cultura e criatividade, com foco na experiência de Brasília, como cenário propício em seu contexto urbano. Com o objetivo de promover a cooperação entre cidades, que reconhecem a criatividade como um fator importante no desenvolvimento urbano em aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, a Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura - em 2004, criou a Rede de Cidades Criativas<sup>1</sup> (*Creative Cities Network-UCCN*), que contempla diversos campos criativos, tais como, o Artesanato e as Artes Populares, Artes Digitais e Cinema, Design, Gastronomia, Literatura e Música (Unesco, 2021).

Destaca-se como propósito das cidades criativas, a necessidade de estimular a capacidade de fortalecimento da cultura e inovação em prol dos ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - através de cooperação e intercâmbio entre as cidades que fazem parte dessa rede. Nessa perspectiva, cultura, patrimônio e criatividade são identificados como elementos essenciais para a implementação dos ODS, em cumprimento à Agenda 2030, para o desenvolvimento de cidades inclusivas, resilientes e sustentáveis. Dessa forma, a rede coloca a cultura e a criatividade no centro do desenvolvimento urbano, promovendo uma parceria global de cooperação, intercâmbio e aprendizagem mútua. Segundo a Unesco (2020), as cidades do mesmo segmento devem colaborar entre si, compartilhar as melhores práticas, desenvolver parcerias e operar de forma transversal, aprendendo umas com as outras e participando assiduamente dos encontros nacionais, das reuniões internacionais e das conferências anuais da rede.

No cenário idealizado para o desenvolvimento sustentável das cidades criativas, a relação entre design e cultura é interligada e multifacetada, o design não apenas dialoga com a cultura de uma sociedade, como também a absorve, pesquisa referências, reflete e intenciona transformar, conectando e integrando pessoas aos espaços que compartilham. Ao considerar o design como ferramenta fundamental para inovação social e desenvolvimento sustentável, a relevância desse estudo reside em pensar, de forma ética e colaborativa, tanto a cultura nos espaços urbanos como as políticas públicas de estado com a participação dos cidadãos. Portanto, o estudo visa não apenas reforçar a importância do design além de suas dimensões estéticas e aplicações intencionais, como também impulsionar ações dialógicas e pesquisas que sustentem argumentos para a configuração do futuro das cidades.

## 2 Discussão teórica

### 2.1 O Papel da Cidade Criativa

Dialogamos sob um ponto de vista onde o design atua como mediador, em um processo transversal que responde aos desafios de uma sociedade em rápida transformação tecnológica, mas que ainda enfrenta dificuldades para encontrar soluções para suas ansiedades contemporâneas. Lidamos então com um cenário cujo espaço-tempo situa-se na cidade, com um estilo de vida e comunidades que se reconfiguram constantemente, envoltos em múltiplos saberes produzidos coletivamente em seu cotidiano, porém voltadas individualmente para sua própria condução da vida (Ingold, 2011).

Como possível inovação social, configuram entre os principais compromissos da chancela: criar oportunidades, multiplicar experiências e trocas para uma aprendizagem mútua, promover a

difusão do conhecimento e de boas práticas, o que vai ao encontro das finalidades de valorizar a diversidade cultural e o patrimônio imaterial, fomentar a criatividade e o diálogo com a comunidade, imersa nos processos de transformação urbana.

O conjunto da sociedade contemporânea, em sua complexidade e contradição, pode ser visto como um imenso laboratório de ideias para a vida cotidiana, onde modos de ser e de fazer se desdobram em novas questões e respostas inéditas. Isso corresponde exatamente ao que acabamos de definir com o termo inovação social: mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades (Landry, 2006; Emude, 2006, p.62).

Com foco na Economia Criativa, cujas atribuições envolvem bens e serviços culturais que possam ser protegidos por direitos autorais e baseada na análise econômica das artes criativas (visuais e cênicas, industriais ou artesanais, de caráter patrimonial ou cultural, de capital aberto ou fechado), definidas pela Unesco como pertencentes à “Indústria Criativa” ou “Economia Criativa”, embora também seja denominada “Economia da Cultura”, pois combina a criação de identidade, produção, disponibilização e preservação de conteúdos intangíveis, históricos, artísticos, naturais e culturais.

Segundo a Unesco, o setor cultural está entre os setores que mais crescem no mundo, respondendo por 6,1% da economia mundial. As indústrias culturais e criativas produzem um faturamento anual de US\$ 2,25 bilhões e quase 30 milhões de empregos no mundo, e geram trabalho para mais pessoas com idade entre 15 e 29 anos do que qualquer outro setor (Unesco, 2024, disponível em: <https://www.unesco.org/pt/node/108127>

Complementando a noção de desenvolvimento sustentável como princípio de responsabilidade em relação às gerações futuras, que têm direito ao espaço ambiental e aos recursos naturais e culturais disponíveis no contexto atual, surge o termo “ecologia criativa”, cunhado por John Howkins como capital social da economia criativa, com a ideia de potencializar a criatividade e inovação para a solução de problemas nas cidades, que assim se tornariam ícones da economia criativa, onde a cidade criativa representaria a essência do fenômeno urbano contemporâneo moldados por sua complexidade e ritmo, propondo como principais requisitos de uma cidade criativa uma mistura de condições ambientais, tais como: diversidade, mudança, aprendizado e adaptação (Reis, 2012).

O próprio Howkins amadureceu essa proposta ao longo dos anos seguintes, quando começou a trabalhar o conceito de “ecologia criativa”, lançado em 2009. É exatamente nessa evolução que a proximidade ao conceito de cidades criativas se fará mais íntima, entendendo a ecologia criativa como “um nicho no qual pessoas diferentes se expressam de forma sistêmica e adaptativa, usando ideias para produzir novas ideias; e onde outros apoiam isso, ainda que não o entendam”. (Reis, 2012, p.46)

**Qual seria o conceito da cidade criativa?** Charles Landry alerta que a criatividade das pessoas que vivem e trabalham nas cidades é determinante para o sucesso futuro (Landry, 2013, p.11) e define a capacidade criativa de um lugar por sua interação, história e memória, cultura e infraestrutura, o que reflete na mentalidade e na personalidade da cidade.

As mentalidades promovem ou impedem o potencial criativo. O desafio, portanto, é inserir o entendimento flexível e criativo no modo como a cidade funciona. Desenvolver uma “plataforma de criatividade” é a principal ferramenta estratégica

para a criação de uma “ecologia criativa” abrangente dentro de uma cidade. (Landry, 2013, p.13)

Para Landry (2013), tanto a criatividade quanto a inovação são recursos da sociedade do conhecimento, onde a criatividade é a própria “imaginação aplicada”, intrinsecamente interligada à cultura, tecendo conexões entre a capacidade de invenção e o aprendizado reflexivo, se tornando instrumento estratégico para solução de problemas sociais e de renovação urbana.

A criatividade pode vir de qualquer fonte, incluindo uma pessoa que resolva problemas de uma maneira inventiva, seja um empresário, um cientista, ou um funcionário público. Defende-se a necessidade de uma cultura de criatividade ser inserida no modo como os grupos urbanos operam. Incentivar a criatividade e legitimar o uso da imaginação dentro das esferas públicas, privada e comunitária ampliará o banco de ideias e soluções para qualquer problema urbano. (Landry, 2013, p.26-27)

### **Essas cidades entendem a chancela como inovação que confere responsabilidades e direitos?**

Segundo Landry, “as cidades são seres vivos, porque têm fases de crescimento, estagnação e declínio. A viabilidade urbana é sua capacidade de se adaptar e responder à mudança das circunstâncias” (Landry; Bianchini, 1995, p. 23). Ser uma Cidade Criativa está mais ligado à uma mudança de mentalidade, sendo mais um processo dinâmico do que um plano estático. Embora, com reflexões em relação às desigualdades entre as cidades, em seu papel de valorizar a identidade urbana, promover atividades culturais e os destinos turísticos.

Nessas circunstâncias, uma cidade seria verdadeiramente criativa a partir de inovações sociais, em locais onde a saúde e a educação realmente funcionem, onde a cidade criativa possa promover o potencial de seu povo, incluir ações de preservação do patrimônio histórico e cultural, a ponto de se reinventar e se tornar um exemplo de gestão pública conjunta à participação cidadã. Como define Landry, “os setores criativos, anteriormente chamados de setores culturais, como música, mídia, artes cênicas ou design, foram importantes para promover a agenda da cidade criativa” (Landry, 2013, p.31). Acrescenta que, uma Cidade Criativa está integrada e conectada à rede de cidades como um ícone, tangível ou intangível, que tem significado, presença, propósito e direção, desenvolvendo sua “ecologia criativa”, comprometida com pesquisas e parcerias colaborativas, sendo criativas para o bem-estar dos seres vivos e integração nas relações sociais. Para isso acontecer, é necessário repensar a governança e engajar toda a comunidade em constante processo cocriativo (Landry, 2013, p. 47)

A meu ver a cidade criativa deve ser criativa por completo, de modo transversal a todos os campos, muito além das indústrias criativas ou da presença de uma classe criativa. A cidade criativa só pode florescer quando a administração pública é imaginativa, onde há inovações sociais, onde a criatividade existe em áreas como saúde, serviços sociais e mesmo política e governança. (Landry, 2011, p.10)

Ou seja, essa conexão entre arte, design, inovação e cultura poderia fazer a diferença no que diz respeito ao desenvolvimento socioeconômico, atuante como fator gerador de impacto positivo para a sustentabilidade cultural, termo utilizado para preservação das tradições e do patrimônio histórico, para que estas manifestações sejam valorizadas e disponibilizadas para as futuras gerações.

Dentre as especificidades que abrangem a certificação da Unesco, encontra-se a perspectiva que identifica as Cidades Criativas do Design como altamente capazes, a partir da mediação do Design e suas abordagens conceituais, estratégicas, transversais e centradas no ser humano, de

colaborar e conectar as partes como agente facilitador e dialógico, pensando as cidades criativas a partir de políticas que contemplem educação e estímulo à criatividade no espaço urbano (Reis, 2012, p.35).

A designação abrange o desenvolvimento e a cooperação entre as cidades, o que pode estimular a inovação, valorizar a identidade, a criatividade e a inclusão social, fortalecendo essa parceria global e demonstrando assim, seu compromisso com o desenvolvimento sustentável.

As Cidades Criativas do Design devem ter uma estratégia de design integrada em suas políticas públicas, envolvendo os setores público, privado e da sociedade civil. Além disso, devem promover o design como um fator de transformação urbana, cultural e econômica, valorizando a diversidade e a identidade local. (...) Embora a Rede não defina explicitamente o que entende por “cidade criativa”, apresenta inúmeras referências ao conceito de indústrias criativas e de economia criativa, levando a supor, portanto, que se trata de cidades nas quais as atividades econômicas criativas têm ou aspiram a ter prevalência. Afinal, “ao mesmo tempo em que as indústrias criativas contribuem para o tecido social da cidade, a diversidade cultural e a qualidade de vida, também fortalecem um sentido de comunidade e ajudam a definir uma identidade compartilhada” (Reis, 2012, p.108)

Um ambiente favorável para essa comunidade criativa, segundo Richard Florida, seria caracterizado por um ambiente com alto grau de tolerância, que se expressa em termos sociais, políticos e administrativos, onde os propulsores da criatividade seriam talento, tecnologia e tolerância, configurando o que definiu como os três “T” do desenvolvimento econômico, guiados pelo estilo de vida, diversidade e infraestrutura urbana, pois a classe criativa prefere ambientes diversos, tolerantes e abertos a novas ideias (Florida, 2002, p.249). Contudo, em 2017, Florida lançou novo livro denominado “A Nova Crise Urbana”, onde constata que as principais cidades criativas da América se tornaram epicentros de desigualdade econômica, inclusive nas economias criativas que se desenvolveram de maneira dinâmica e bem-sucedida, com consequências diretas no processo de gentrificação, tão mais visível em locais onde o espaço urbano se tornou procurado e valorizado (Florida, 2017, p.77).

Nessas circunstâncias, surgiram críticas por conta do processo de transformação nas cidades que, ao ressignificar espaços urbanos tornando-os áreas pulsantes e boas de se viver, acabam por favorecer a especulação imobiliária, o que aumenta bastante o custo de vida e acaba por expulsar os primeiros criativos. Reis (2012) aponta sobre o processo de gentrificação, que vê se tornando cada vez mais presente em nosso vocabulário, referindo-se ao aumento do custo de vida de um espaço, geralmente como resultado de um processo de especulação imobiliária, levando à expulsão da população existente. Assim, é preciso incluir essa pauta no debate, para pensarmos se as cidades criativas serão mesmo inclusivas e acolhedoras para as diversas tribos, ou mero instrumento para a especulação imobiliária e o favorecimento da classe política e empresarial, cujo objetivo sirva para o *marketing* urbano.

**Qual a importância de Brasília enquanto Cidade Criativa?** Brasília, além de Patrimônio Mundial desde 1987, foi reconhecida pela Unesco em 2017 como Cidade Criativa do Design, oportunidade para inspirar empreendimentos criativos e inovadores em segmentos como cultura, moda, artesanato e design, visando contribuir com o surgimento de uma cena cultural vibrante e atrativa. Os critérios para aprovação da candidatura se guiaram a partir da combinação entre sua infraestrutura, racionalidade arquitetônica, monumentalidade da escala e a cena cultural, onde depreende-se que a capital federal tem a capacidade de promover governança participativa, design colaborativo e a criatividade como fatores de desenvolvimento urbano e cultural de forma inclusiva.

Deste modo, argumentando que Brasília possa ser reconhecida como um território criativo que proporciona experiências sensoriais e culturais, revitaliza espaços públicos, recria memórias afetivas e senso de pertencimento.

Essencial salientar que as contribuições de cunho simbólico, econômico, turístico e urbanístico, como contextos favoráveis à formação de um ambiente criativo e aberto a novas ideias e conexões, podem refletir na solução de problemas coletivos e potencializar novas oportunidades para a comunidade (Landry,2006). As características potencialmente identificadas na capital federal, ao serem melhor desenvolvidas, poderiam beneficiar a urbe, contribuindo com possibilidades para que consiga se estabelecer enquanto espaço de solidariedade e inovação, onde possam ocorrer trocas colaborativas e inclusivas, para além do turismo cívico, de eventos ou negócios, pensando na relação dos habitantes com a cidade onde vivem.

Essa Inovação Social, definida por Ezio Manzini como “novas ideias, modelos e processos, produtos ou serviços que atendem às necessidades sociais e, ao mesmo tempo, criam novas relações ou colaborações sociais”, propõe a cidade como Bem Comum (Manzini, 2019), onde existe diversidade, justiça social, inclusão digital, acessibilidade e mobilidade urbana que integre toda a comunidade. Nas cidades criativas, inovação, cultura e conexão são ativos centrais de criação de valor. “Cidade criativa é uma cidade que se reinventa continuamente para se tornar melhor; que passa a olhar o que lá já está de uma nova forma, por um outro ângulo, que promove a conectividade entre pessoas e lugares”, argumenta A.C. Reis (2012):

A cultura, na cidade criativa, é sua digital, é justamente o que lhe dá singularidade e apresenta ainda uma miríade de entrelaçamentos, gerando impactos econômicos, benefícios sociais (autoestima, coesão, engajamento) e favorecendo a construção de um ambiente criativo, favorável ao que é diferente (...) Uma cidade criativa é, assim, uma cidade em permanente estado de transformação; é uma cidade em processo, em vez de uma cidade que se oferece como produto; tem uma cultura própria (diferenciando-se das tecnópolis), com abundância de inovações e múltiplas conexões. Uma cidade criativa, ao se nortear por algo tão intangível quanto a criatividade, é profundamente sensorial, dinâmica, com uma energia e um vigor próprios. (Reis, 2012, p.313)

Compartilhar a história da cidade é fundamental para gerar a empatia e a identificação dos habitantes com seu território (Reis, 2012, p.317); Segundo o autor, uma cidade criativa aponta para três características essenciais: “inovação, capacidade de solucionar problemas e antecipar oportunidades; conexões entre pessoas, seus espaços e identidades; cultura, pelas expressões simbólicas, pela identidade, pelos valores compartilhados e propícios para a criatividade e novas perspectivas” e acrescenta: “uma cidade é formada por pessoas; quão mais criativas elas forem e quão mais interconectada estiver essa criatividade, mais criativa será a cidade” (Reis, 2015, p. 12). Uma cidade criativa consolidada, seria representada de forma contínua pelos governos seguintes, através de conexões compartilhadas pelos setores público, privado, acadêmico e sociedade civil, independente das reviravoltas políticas ou crises econômicas, e sim, como Política de Estado.

No contexto atual, o conceito de cidades criativas que conquistou espaço graças à ascensão da economia criativa e da cultura, é impulsionada pela implantação de novas tecnologias como a inteligência artificial (I.A), com atividades criativas em meio aos processos de globalização, em que profissionais muitas vezes atravessam as fronteiras como nômades digitais, o que requer mais e mais que as expressões artísticas e culturais consolidadas possam contribuir com a preservação da identidade local. Essas atividades, segundo Allen Scott, “são, em grande parte,

desenvolvidas pela classe criativa nas cidades com grande fluxo de profissionais criativos de diferentes setores, equilibrando o sistema de produção com o ambiente cultural, potencializando o funcionamento qualitativo um do outro”. Assim, as cidades têm buscado cada vez mais o desenvolvimento urbano direcionado à nova economia, investimento em recursos culturais e na criação de um lugar dinâmico (Scott, 2006).

No mundo de hoje, o alcance de muitas cidades se estende além dos limites nacionais imediatos, e as cidades com forte incidência de setores criativos - especialmente indústrias da nova economia, como produção de alta tecnologia, serviços corporativos e financeiros, indústrias de mídia e culturais, e manufatura neo artesanal - estão geralmente na vanguarda dessa tendência (Scott, 2006, p. 13)

No caso de Brasília, existe uma forte vinculação com a questão política, apontada como positiva no sentido de possuir maiores acessos a recursos públicos, como algo inerente à condição de capital do país. Porém, encontram-se resultados práticos relacionados à produção cultural e criativa de Brasília, como resposta às ações e pressão de sua classe criativa, não necessariamente de iniciativas do governo, principalmente nas regiões administrativas que compõem o seu entorno. Segundo Scott (2006), há necessidade de orquestrar políticas públicas de estado para fortalecimento socioeconômico e cultural também em locais do entorno, para que as cidades criativas possam se desenvolver melhor.

A formulação de políticas específicas para melhorar as partes do espaço urbano que continuam fora dos focos privilegiados de produção, trabalho e vida social devem, portanto, ser uma alta prioridade em qualquer esforço para construir cidades criativas (Scott, 2006, p. 30-31).

Para a consolidação das cidades criativas, se faz necessária a criação de Políticas de Estado, com foco na educação e inclusão, participação da sociedade e parcerias entre setor público e organizações civis, transformando as singularidades em expressão cultural e identitária; segundo Reis (2011), como empoderamento de um olhar para dentro, cuja multiplicidade de conexões e descobertas estariam em contínuo processo de transformação e reconhecimento dessas mesmas singularidades por parte da população que habita esse território.

Mas soa estranho que para ser “bem-sucedida” em sua faceta criativa, a cidade deva olhar para fora - atraindo pessoas que se enquadrariam na classificação de “classe criativa” - e não para dentro - estimulando a criatividade de seus habitantes, independentemente da profissão que exerçam. (Reis, 2011, p. 32)

## 2.2 O Impacto do Design na Vida Cultural

Krucken (2009) delinea a necessidade de compreender o contexto local, a cultura e os recursos de um dado território, na busca por soluções efetivamente mais sustentáveis. A autora identifica ainda o designer como agente capaz de intermediar o conhecimento sobre a produção e o consumo de base local, tradição e inovação no âmbito do território, qualidade local e relações globais-convencionais, atuando entre a esfera da produção artesanal e o mercado. Assim, o design tem um papel decisivo na viabilização de futuros, sendo sua prática profundamente relacionada ao modo como nos instalamos no mundo, como o produzimos e, conseqüentemente, como o mundo nos reproduz (FRY, 2009).

O design é basicamente um processo de interação social e como tal, não é socialmente neutro, sendo influenciado por interesses daqueles que participam do seu processo. O mesmo acontece com a cultura no processo de construção de uma “Cidade Criativa”, ela deixa de ser neutra e passa a ser decisiva na gestão da cidade, na medida em que passa a ser usada para adequar à realidade de suas produções imateriais (Izidio, 2016).

As necessidades culturais das grandes cidades, hoje em dia, demandam políticas culturais adaptadas a cada lugar específico. Brasília se destaca como exemplo de como o design pode ser uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento cultural e urbano. Sua arquitetura e planejamento urbanístico são testemunhos da capacidade do design de influenciar a vida social e cultural, promovendo uma visão de modernidade e progresso, que gera impacto significativo na vida cultural da cidade. Sua arquitetura monumental e os espaços abertos favorecem a realização de eventos culturais, artísticos e sociais, contribuindo para a vivacidade cultural da capital.

O Eixo Monumental, por exemplo, é palco de diversas manifestações culturais, desde festivais de música até exposições de arte. Além disso, a disposição urbana de Brasília, com suas superquadras e áreas verdes, influencia a vida cotidiana. No contexto das Cidades Criativas do Design, este elemento é fator preponderante de crescimento estimulado pela inovação, em conexão com uma identidade local consistente, o que pode gerar impacto econômico e social, maior qualidade de vida, inclusão e desenvolvimento sustentável. Entretanto, se mostra necessário destacar a importância da mobilidade urbana através de um transporte público acessível, com objetivo de criar conexões entre a área central e as demais regiões administrativas (R.As), para que as trocas culturais e vivências sociais ocorram de forma integrada e recíproca.

É nesse cenário descrito, caracterizado pela contínua reprodução e reconfiguração do sistema socioeconômico, através de práticas culturais inovadoras, que emerge a relevância do conceito de economia criativa, ao ser integrado como direcionamento para políticas públicas. Esta abordagem reforça o papel do Estado no fomento cultural, sendo através dele, por seu apoio financeiro com foco na cultura e economia criativa, que é possível conceber e desenvolver soluções habilitantes para organizações colaborativas e iniciativas facilitadoras, tais como plataformas, cenários e eventos catalisadores como inovação social.

No século XXI, a inovação social estará entrelaçada ao design não só como estímulo, mas também como objetivo. Isto é, a inovação social estimulará o design tanto quanto a inovação técnica o fez no século XX e, ao mesmo tempo, será o que uma proporção cada vez maior de atividade de design buscará alcançar. Na realidade, o design tem todas as potencialidades para desempenhar o importante papel no desencadeamento e no suporte à mudança social e, portanto, à inovação social. (Manzini, 2017, p.69)

Trata-se de criar uma ponte com a sociedade, através da mediação de conhecimentos e de competências que hoje são indispensáveis, para que a atividade do designer não seja reduzida a uma mera operação técnica. Segundo Manzini, o Design Social projeta em processos abertos e dialógicos, em coalizão com as comunidades criativas de forma transdisciplinar, baseada na cultura da comunidade local para a construção de empreendimentos sociais difusos e codesign nas organizações colaborativas.

Exatamente porque o conjunto da sociedade contemporânea pode ser descrito como uma trama de redes projetuais, os designers têm a responsabilidade crescente de participar ativamente dessas redes, alimentando-as com seu

conhecimento específico em design: habilidades, capacidades e sensibilidades de design que em parte se originam na sua cultura e experiência tradicionais, em parte são totalmente novos. Requer Pesquisa em Design para Inovação Social (Manzini, 2008, P.98)

Ao incentivarmos que andem juntos o design, a cultura e políticas públicas para a inovação social, criamos cenários mais esperançosos e promissores para estes territórios. Construimos nossos futuros por meio da imaginação, da criatividade e do projeto coletivo de cidade. Nessa perspectiva, construir uma visão compartilhada sobre bem-estar sustentável, tanto numa esfera macro, envolvendo economia e política, como numa esfera micro, na tomada das decisões cotidianas das pessoas (Manzini, 2003 Apud Federizzi, 2014), é o que falta para que possamos lograr com que mais cidades possam ter crescimento criativo, mas também sustentáveis.

Neste ponto, nos confrontamos com uma situação contraditória: para enfrentar a transição rumo à sustentabilidade, precisamos aumentar a escala das comunidades criativas e dos empreendimentos sociais difusos. Ao mesmo tempo, sabemos que devemos manter suas qualidades sociais originais e que tais qualidades são amplamente relacionadas à pequena escala de cada iniciativa singular. Esta contradição é a maior dificuldade a ser superada na consolidação e difusão das organizações colaborativas. (Manzini, 2008, p.88)

É necessário fortalecer as pessoas e incrementar a participação da comunidade, para que se possa desenvolver redes verdadeiramente sociais, tornando possível a promoção de formas de organização descentralizadas e flexíveis. O contexto de sustentabilidade e de sociedades de rede, requer a existência de relações interpessoais profundas e dinâmicas entre seus membros (Cipolla, 2004). Isso passa a criar novos relacionamentos entre estado e sociedade, para o desenvolvimento de novas políticas e sistemas capazes de aprender a partir da experiência, ampliando as possibilidades de feedback (avaliação e comentários), bem como desenvolvendo soluções “reorientáveis”.

O design, para colocá-los em prática, deve possuir um forte componente estratégico. Assim, movimentam-se para criação e visibilizam as já existentes, organizações que podem ser definidas como comunidades criativas, que por gerenciarem suas ações a partir da visão social, pensamento em rede e serviços colaborativos, seguem esses passos mencionados por um caráter sistêmico. Desse modo, em síntese, o design para a sustentabilidade é o design estratégico capaz de colocar em ato discontinuidades locais promissoras, contribuindo para efetivas mudanças sistêmicas, alegando que a inovação também pode ser vista por uma ótica social sustentável.

A partir dessas afirmações, a expressão Design para a Sustentabilidade (Design for Sustainability, DfS) deve ser interpretada como uma atividade de design cujo objetivo é encorajar a inovação radical orientada para a sustentabilidade, ou seja, conduzir o desenvolvimento dos sistemas sociotécnicos em direção ao baixo uso dos materiais e da energia e a um alto potencial regenerativo. Efetivamente, para tomar esse rumo, precisamos usar uma abordagem de design estratégico (e ferramentas de design estratégico).

(...) é necessário trabalhar através do design estratégico e de suas características, objetivos e modos de operação. Ou seja: conceber e desenvolver novas (e sustentáveis) soluções e, a fim de implementá-las, colaborar na construção das apropriadas parcerias (ou seja, criar as condições para a reunião dos vários atores necessários para a obtenção dos resultados desejados). (Manzini, Collina, Evans, 2004 apud Manzini, 2008, p.37)

Dessa forma, o conhecimento em design, “para ser definido e testado requer uma nova onda de pesquisa em design”. Nesse quesito reside a importância da colaboração dos designers, na pesquisa e mediação para a inovação social e a sustentabilidade (Manzini, 2008, p.99). Sobre o papel do design em tais mudanças, Manzini afirma:

“hoje em dia, a sustentabilidade deveria ser o meta-objetivo de todas as possíveis pesquisas em design (e não, como foi visto nos últimos anos, como um tipo de setor especializado, que corre paralelo a outros setores especializados). (Manzini, 2008, p.12)

Manzini propõe transições onde a aprendizagem social para a sustentabilidade são primeiramente conduzidas por lei e políticas públicas para que sejam cumpridas, nesse ponto futuros são desenhados através de pesquisas e design colaborativo; depois a própria sociedade escolhe cumpri-las em sua vida cotidiana, pois a cocriação desenvolve um papel essencial na mudança de comportamento e no desenvolvimento de novos conhecimentos; e por último, em contínuo processo de codesign, a comunidade consciente de seu papel age de forma natural e sustentável, valorizando o tempo e os espaços públicos como bens comuns (Manzini, 2017, p.223)

Isso é o que o design especializado pode e deve fazer ao desenvolver e disseminar uma cultura de design apropriada, uma cultura que seja capaz de construir cenários, produzir qualidade, tornar novas ideias de bem-estar visíveis e tangíveis, ideias com as quais alimentar uma nova cultura difusa. Se adquirida, essa cultura poderia ajudar todos a encontrar de maneira mais fácil e mais suave, a convergência entre o bem-estar percebido e a sustentabilidade (Manzini, 2017, p. 224)

Seriam essas propostas capazes de contribuir para a elaboração de uma agenda de pesquisa no Brasil, considerando o design para a inovação social e sustentabilidade no sentido de promover diálogos, coletar dados e analisá-los, propor novas ideias para imaginar e construir futuros. Segundo Manzini (2017), “o processo de aprendizagem que leva a convenções intencionais e dialógicas certamente não pode ser concebido como tal. Entretanto, pode ser alimentado e facilitado”.

### 3 Considerações Finais

A partir de uma reflexão teórica, desencadeada pela titulação de Brasília como cidade criativa do design, conseguimos pensar a respeito de como esse ideário reverbera nesta cidade e em tantas outras, que também receberam ou almejam alcançar esse lugar. É percebido que ainda há muito a ser feito para ajustar as expectativas do que se espera que uma cidade criativa possa contribuir para seus cidadãos em questão de qualidade de vida e bem-estar, de forma plena e sem distinções, especialmente de classe, raça e gênero. Mas que o caminho a ser percorrido pela cultura é um direcionamento que, por articular diretamente com a questão da participação social, possui um impacto significativo que deve ser estimulado e observado.

Espera-se que os centros urbanos possam se ressignificar através de inovação, conexão e cultura, e que toda a cidade possa usar de criatividade e imaginação para produzir ambientes propícios ao convívio social e desenvolvimento econômico. Porém, Brasília só pode se consolidar como Cidade Criativa do Design através de políticas públicas inclusivas e participativas, que coloquem o Design como ponto de partida e chegada das ações realizadas, e ainda que incentivem aos habitantes locais e do seu entorno, a se sentirem inseridos no processo de transformação, pertencimento e criação de novos signos. Um novo olhar e pesquisas futuras poderiam explorar como outras cidades podem aprender com a experiência de Brasília e vice-versa, adaptando seus

princípios de design e planejamento urbano para enfrentar desafios atuais.

Esse tema não se esgota devido à velocidade das transformações nas comunidades criativas, o que requer dos governos e cidadãos uma permanente conexão. Em um mundo cada vez mais fluido e complexo, onde cada local tem suas carências e especificidades, o requisito maior é a constante capacidade empática de integração e colaboração, que valorize a cultura e a criatividade local, abra caminhos para mais pesquisas sobre cidades criativas e percepção cidadã, impactos e resultados que colaborem com o pensamento crítico e pensem novas oportunidades de desenvolvimento sociocultural sustentável.

#### 4 Referências

FEDERIZZI, Carla. **Design para inovação social: a cidade feita pelas pessoas**. 2014. Dissertação (Mestrado em Design) - Unisinos, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4055>. Acesso em: 14 jul. 2024.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**. New York: Basic Books, 2002. 434p. **Cities and the creative class**. New York: Routledge, 2005. 198p. **The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class - and what we can do about it**. New York: Basic Books, 2017. 333 p.

FRY, T. **Design futuring: sustainability, ethics, and new practice**. Oxford: Berg, 2009.

HOWKINS, John. **Creative ecologies: where thinking is a proper job**. St. Lucia (Austrália): UQP, 2009. 162p

IZIDIO, Luiz Lagares. **O Design no ideário das “Cidades Criativas”**. Lugar Comum : Estudos de Mídia, Cultura e Democracia, Rio de Janeiro, v. 1, ed. 46, p. 94-102, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/lc/article/view/49863/27136>. Acesso em: 14 jul. 2024.

KNELL, J.; OAKLEY, K. **London’s creative economy: an accidental success?**. Londres: London Development Agency, Provocation Series, Volume 3, Number 3, 2007, 29 p.

KRUCKEN, Lia. **Design e território: Valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Nobel, 2009.

LANDRY, Charles. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: SESI-SP, 2013, 96 p.  
**The Creative City: a toolkit for urban innovators**. Londres: Comedia/Earthscan, 2000. 288p.  
**Cidade Criativa: a história de um conceito**. Em A. C. REIS, & P. KAGEYAMA, **Cidades Criativas: perspectivas**, São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011 (p. 6 a 15. 176 p.)

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Tradução: Carla Cipolla. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. 105 p. **Design: quando todos fazem design - uma introdução ao design para inovação social**. Tradução: Luzia Araújo. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2017. 254 p.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI-SP, 2012. 236 p.

REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). **Cidades Criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. 176 p.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). Creative economy report 2010. Genebra, 2010, 392p. Disponível em: [http://unctad.org/en/docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf) \_\_\_\_\_.

Creative economy report 2008 – the challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making. Genebra, 2008, 332p. Disponível em: [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)

UNESCO. <https://es.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>  
<https://www.unesco.org/pt/node/108127>