

Maria Chaves Pessoa Monteiro e Helda de Oliveira Barros \*

# Ações estratégicas cocriadas sob métodos de Design para o ecossistema do Porto Digital

\* **Maria Chaves Pessoa Monteiro** é graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco, e pós-graduada nas especializações Lato-sensu de Fotografia: Linguagem e Expressão pela Universidade Cândido Mendes/ RJ, e em Economia da Cultura pela UFRGS/ Fundaj. Mestra em Design pela Cesar School/PE. Atualmente dedica-se à produção executiva de projetos culturais na função de sócia-diretora da Proa - Marketing Cultural e Projetos, empresa de economia criativa embarcada no Porto Digital. [mcpm@cesar.school](mailto:mcpm@cesar.school)  
ORCID 0000-0002-2452-0292

**Helda de Oliveira Barros** é pesquisadora sobre Neurodesign e Realidades Mediadas por Computadores. Atualmente, coordena o Mestrado Profissional da Cesar School, onde também atua como docente da Graduação em Design. É consultora de qualificação no CESAR, atuando na área de Desenvolvimento & Operações com foco em UX Design. Doutora em Design pela UFPE e Head do LIGA - Laboratório de Inovação e Geração de Artefatos. [hob@cesar.school](mailto:hob@cesar.school)  
ORCID: 0000-0003-2337-493X

**Resumo** Este artigo resume e relata pesquisa sobre o ecossistema do Porto Digital e as ações estratégicas criadas coletiva e colaborativamente para o seu eixo de economia criativa. O processo de construção das propostas teve a participação de diversos stakeholders do ecossistema, utilizou métodos e ferramentas de codesign e forneceu elementos e bases para a estruturação de um plano estratégico, além de alternativas de futuros para o eixo de economia criativa do parque, que é um importante protagonista deste campo no estado de Pernambuco. Ao final, demonstra como a experiência de um mestrado profissional teve desdobramentos na realidade do mercado local.

**Palavras chave** Economia criativa, Ecossistema de inovação, Design, Codesign.

### **Strategic actions co-created under Design methods for the Porto Digital ecosystem**

**Abstract** *This article summarizes and reports a research on the Porto Digital ecosystem and the strategic actions created collectively and collaboratively for its creative economy axis. The process of building the research's proposals had the participation of several stakeholders of this ecosystem, used methods and tools of codesign and provided elements and bases for the structuring of a strategic plan and future alternatives for the creative economy axis of the park, which is an important protagonist of this segment in the state of Pernambuco. In the end, it demonstrates how the experience of a professional master's degree had consequences in the reality of the local market.*

**Keywords** *Creative economy, Innovation ecosystem, Design, Codesign.*

### **Acciones estratégicas co-creadas bajo Métodos de Desig para el ecosistema del Porto Digital**

**Resumen** *Este artículo resume y relata investigaciones sobre el ecosistema Porto Digital y las acciones estratégicas creadas colectiva y colaborativamente para su eje de economía creativa. El proceso de construcción de las propuestas contó con la participación de varios actores del ecosistema, utilizó métodos y herramientas de codesign y proporcionó elementos y bases para la estructuración de un plan estratégico, además de alternativas de futuro para el eje de economía creativa del parque, que es un importante protagonista de este rubro en el estado de Pernambuco. Al final, demuestra cómo la experiencia de una maestría profesional tuvo consecuencias en la realidad del mercado local.*

**Palabras clave** *Economía creativa, Ecosistema de innovación, Design, Codesign.*

## Introdução

Este artigo pretende relatar os desdobramentos do resultado advindo de uma investigação teórico-prática e exploratória, realizada no âmbito do curso de mestrado profissional em Design da Cesar School, de março de 2020 a junho de 2021, no Recife, tendo como ponto de partida o conhecimento empírico e a vivência da pesquisadora no ecossistema do Porto Digital, e como motivação a sua área de atuação profissional.

A citada dissertação tratou da economia criativa como indutora de um parque tecnológico e vice-versa, como essa relação mostra-se interdependente e pode ser sobremaneira benéfica, em termos de inovação, desenvolvimento e política pública, seja para as pessoas, para as empresas, para o território, para a sociedade.

O estudo de campo lançou mão de ferramentas colaborativas do Design (*codesign*) para dar lastro ao compêndio de vozes e dimensões que compõem o território estudado e criou as bases para um plano estratégico com foco no desenvolvimento econômico perene e sustentável para o parque tecnológico.

## Contextualização da pesquisa

O Porto Digital (PD) foi escolhido como objeto da pesquisa por se tratar de um complexo de elementos e interligações capaz de influenciar a produção, difusão e utilização de conhecimento novo, também útil para a geração de negócios e para o desenvolvimento econômico. A relevância da pesquisa apoia-se em torno do Porto Digital como um personagem essencial para a manutenção e o desenvolvimento do setor de economia criativa no estado de Pernambuco.

Criado formalmente em dezembro de 2000 sob a égide de uma articulação coletiva protagonizada pelo Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco e pela Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia (PE), apoiadas pelo empresariado local dos setores de TIC, o Porto Digital configura-se hoje como um ecossistema de inovação exemplar (ETZKOWITZ, 2009; ANPROTEC, 2012, 2019; MEIRA, 2013; ENGEL, 2014; MARTEL, 2015; IASP, 2016, IPHAN, 2017, FINEP, 2017, BNDES, 2017 apud PORTO DIGITAL, 2017; SABOYA, 2018; GUILHERME, 2018).

A grosso modo, a pesquisa foi motivada por alguns questionamentos internos, traduzidos a seguir em perguntas que puderam ser consideradas “de partida”. Como o eixo de economia criativa do Porto Digital se insere e impacta no ecossistema de inovação e no desenvolvimento econômico do seu território? Como este eixo de desenvolvimento pode ser potencializado estrategicamente de modo integrado e inclusivo dentro do Parque? Fundamentando-se em uma sociedade baseada na imaterialidade como recurso

social e econômico, a pesquisa buscou construir evidências que a economia criativa é importante para o desenvolvimento e transformação do ecossistema do Porto Digital, sendo capaz de potencializar qualitativamente o funcionamento dos atuais cenários e eventualmente contribuir para a gestão estratégica do Porto Digital.

O objetivo geral foi propor ações estratégicas cocriadas pelos stakeholders do Porto Digital, que evidenciasse a importância da economia criativa como atrativo, diferencial e motor de desenvolvimento integrado e inclusivo de um ecossistema de inovação. Para tanto, foram utilizados como referencial teórico alguns estudiosos da economia criativa, mas sobretudo designers, com experiência em cocriação, compreendendo visões complementares que convidam a entender a cultura como estratégia de desenvolvimento social e econômico, com foco na inclusão e sustentabilidade. A cultura não como um fim, mas como uma plataforma para a criatividade e a inovação.

## Referencial Teórico

De acordo com Dias (2014), quando a economia criativa surge enquanto conceito, há cerca de 2 décadas, passa imediatamente a ser percebida como oportunidade para a requalificação urbana, valorização de profissões emergentes, surgimento de novos modelos de negócios, que coloquem no centro as criações colaborativas e as novas tecnologias, diferenciação de instituições financeiras e acadêmicas, e, em última instância, para o reconhecimento da cultura como vetor de desenvolvimento e estratégia socioeconômica.

Numa perspectiva mais vanguardista, Martins (2021) afirma que a economia é beneficiária de uma dimensão cultural coletiva. Considerando a impregnação da tecnologia nos fazeres culturais, ele defende que o estado não é o dono do processo público da criação artística, e do seu consumo, mas sim aquele que estimula a inovação dos processos, compreendendo que as mídias são muito mais misturadas, muito menos estanques, menos organizados em símbolos e mais em plataformas. Para ele, poucos são os processos econômicos hoje que não tenham um contributo criativo e, portanto, não se pode mais ver a economia criativa enquanto uma indústria, ou um setor da indústria, mas sim, enquanto um motor, um agente de transformação de todo sistema social, de todo sistema urbano, de todo sistema cultural, mas também de todo sistema econômico.

Voltando-se para a disciplina do Design, segundo Anastassakis (2016), um viés de pensamento que parte do design, mas que se orienta para a cultura, é capaz de trazer à tona as questões sociais, públicas e políticas na investigação. Já para Kikergaard (2020), ter como norte o desenvolvimento das comunidades a partir de suas próprias capacidades e valores simbólicos relacionados com o seu território é ressaltar o desenvolvimento humano

como meio e como fim. É focar nas identidades coletivas, na construção de valores compartilhados, na recuperação ou manutenção de laços sociais, e na evolução de governanças. É, sucintamente, enxergar a cultura como fator-chave para o bem-estar geral e para a melhoria de indicadores sociais.

## Metodologia

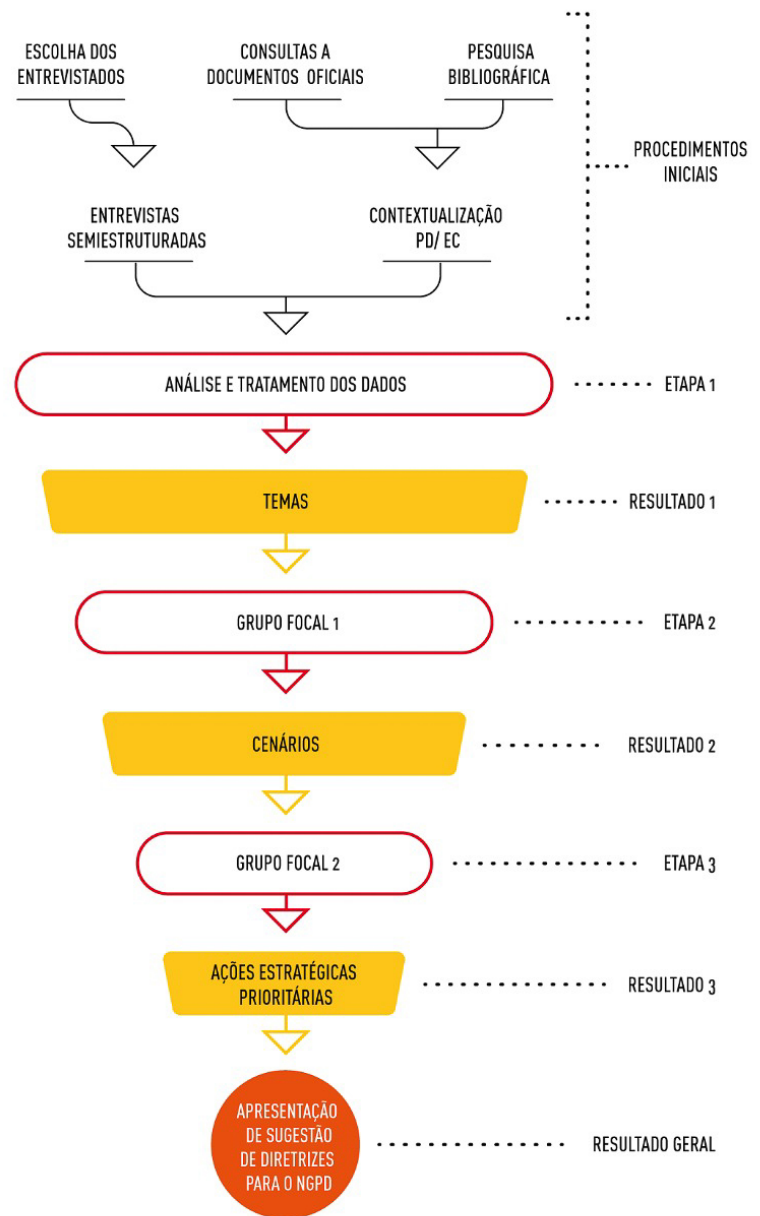
Considerando que o alvo do estudo era o Porto Digital do Recife e a importância do eixo de economia criativa, e que, tanto em um território criativo, quanto em um ecossistema de inovação, as relações socioculturais e as visões dos diversos stakeholders constituem-se dados importantes, a utilização do codesign, enquanto método interdisciplinar, exploratório e colaborativo, aparece quase como obrigatória.

Segundo Anastassakis (2016), em uma sociedade cada vez mais conectada, heterogênea e com um sem número de vozes, é natural que o campo do design também busque caminhos mais coletivos e interdisciplinares junto ao público. O codesign utiliza-se da criatividade coletiva no processo de design como um todo. É uma instância específica da cocriação, desenvolvida por stakeholders diversos, gera valor e benefício para todos os envolvidos.

A prática de design foi utilizada para levar em conta a diversidade de dimensões existentes no território estudado e suas inter-relações. As etapas da pesquisa de campo sucederam-se como em uma prática de projeto de design: definição de oportunidades -> ideação -> priorização -> resultados, conforme ilustrado na figura 1.

**Figura 1** Framework do método de pesquisa

Fonte: Autora, 2021



Na primeira etapa, de Definição de Oportunidades, foram realizadas entrevistas com profissionais representativos do corpo de stakeholders do ecossistema do Porto Digital: empresários de T.I.C, empreendedores criativos, atores de diversos segmentos culturais, gestores de equipamentos culturais instalados no parque. Em seguida, na etapa de ideação, foi utilizada a abordagem do Codesign, por meio da aplicação da ferramenta 635 em uma dinâmica de grupo focal. Para a priorização, foi escolhida a ferramenta C-Box para orientar a realização do segundo grupo focal, até chegar-se ao resultado.

## Resultado da Pesquisa

Primeiramente, constitui-se resultado uma reflexão consistente sobre a necessidade do desenvolvimento de um ecossistema de criatividade e inovação integrado ao território, dentro de um modelo de governança que garanta um processo contínuo de reflexão para a identificação de oportunidades, inovações tecnológicas, mas também sociais, voltadas para o desenvolvimento sustentável.

A escolha por ferramentas que incentivassem o diálogo entre os participantes do estudo serviu não somente para levantar situações atuais já conhecidas, mas para criticá-las e mudar perspectivas, imaginando cenários e ações para o futuro. Sendo assim, com a finalização das etapas, oito ideias passam a ser enxergadas como ações futuras ou diretrizes estratégicas propostas à coletividade do ecossistema de inovação do Porto Digital, conforme mostra a lista abaixo.

1. Ações de integração com a comunidade do Pilar para uso dos equipamentos, formação, empregabilidade e vivência mais igualitária do bairro, para desenvolver nos moradores um sentimento de dignidade e pertencimento.
2. Cultura, Turismo e Lazer devem ser frentes estratégicas de desenvolvimento do Porto Digital, com ações afirmativas, equipe e recursos dedicados, sempre por meio da tecnologia e da economia criativa, eixos de atuação do parque.
3. Calendário atrativo e permanente de atividades para o público em geral, criado em parceria do Porto Digital com equipamentos culturais do parque, contemplando os eixos de educação, empreendedorismo, exibição e experimentação - e envolvendo players importantes.
4. Programa de empregabilidade, formação e empreendedorismo específico para a comunidade do Pilar, com política de cotas para vagas de emprego no parque.
5. Aproximação do Porto Digital com instituições de ensino de vários níveis para inserção das linguagens e ferramentas da economia criativa e consequente formação de capital humano especializado para essa cadeia produtiva.
6. Pactuação de parcerias público-privadas com foco em melhorias no território, a partir de uma escuta ativa dos envolvidos e interessados, considerando que as empresas podem entrar com capital humano, tecnologia e capacidade técnica.

7. Fundo de fomento para pequenas empresas e startups, bancado por investimento público, nacional e internacional, por reinvestimento de lucros e com conversão de parte do ISS. Com governança própria, independente e com cadeira no conselho do Porto Digital.
8. Ampliação do acesso aos equipamentos, por meio de parcerias com entidades, escolas, universidades, empresas, produtores e eventos já consolidados, para atrair novos públicos e gerar receita.

O conjunto de ideias apoiadas por todos os dados, pontos e reflexões relevantes apresentadas nesta dissertação colocaram-se disponíveis ao Núcleo de Gestão do Porto Digital, com a intenção de que os gestores os utilizem como inspiração para o desenvolvimento de um plano estratégico com foco no eixo de economia criativa do parque, que, por sua vez, reverbera no território que ocupa, sobretudo no Bairro do Recife.

Uma vez que foi elaborada como requisito para a finalização de um mestrado profissional, a pesquisa foi entregue e apresentada no formato de dissertação, e o processo lançou mão das ferramentas versáteis e irreverentes do Design, adaptando seus métodos para um contexto específico, abusando de sua transversalidade, mas também fazendo os processos desembocarem em uma colaboração objetiva para a sociedade, representada no estudo pelo ecossistema do Porto Digital e seus *stakeholders*. Afinal, qualquer organização, seja pública ou privada, está inevitavelmente inserida em um ambiente maior, que é a própria sociedade. Esta colaboração deu-se não apenas com a produção e compartilhamento de conhecimento no campo de economia criativa, mas é instrumentalizada pela construção coletiva das ações estratégicas pensadas para este eixo dentro da estrutura do Núcleo de Gestão do Porto Digital.

## Desdobramentos

Como recomendação de Agger Ericksen (2012), ações estratégicas do tipo proposto podem ainda ser subsidiadas por outras dinâmicas como workshops, seminários ou outros tipos de eventos em que a prática de co-design possa acontecer e assim garantir a participação central e ativa dos stakeholders, levando em conta seus interesses, prioridades, experiências e negociações, o que ficou por acontecer como desdobramento atual da pesquisa, mas desta vez na atuação dentro do próprio mercado, como explicado no relato a seguir.

Um ponto de relevante estofa no resultado da pesquisa é o fato de que a pesquisadora dispõe de uma vivência intensa na comunidade participante, fazendo parte do ecossistema do Porto Digital, enquanto empreen-



dedora cultural. Nesse caso, então, a pesquisadora não exerceu o trabalho do ponto de vista de um outsider, e sim enquanto profissional da economia criativa, mestranda e designer. Este último papel, a pesquisadora pôde cumprir ao facilitar a criação colaborativa de cenários futuros em uma realidade do seu dia a dia, tanto para a elaboração da dissertação, como no seu desdobramento.

Em 2022, ao tornar-se gestora do principal equipamento de economia criativa do Porto Digital - o Portomídia - a pesquisadora facilitou escutas coletivas com grupos focais dos segmentos de fotografia, design, música, audiovisual e games, levando para o mercado, a prática de design aprendida na academia. O objetivo está sendo exatamente apostar na re-imaginação de cenários e na colaboração, para depois sugerir o desenvolvimento de um produto direcionado ao público envolvido, que constituirá pilares para um plano estratégico.

Em ambos os casos - durante a pesquisa e na realidade do mercado - recorrer ao Design permitiu dar conta da multidimensionalidade da qual é formado o território estudado, mas não a parte da disciplina direcionada à melhoria de produtos industriais e sim a que se preocupa com a criação de espaços de diálogo e negociação, muito necessários na crítica era moderna, como apontam Escobar e Ingold (2016, 2016 apud IBARRA, 2018).

## Referências

ANASTASSAKIS, Zoy. Design e antropologia: novas interações para pensar as questões sociais. [Entrevista concedida a] Leslie Chaves e Patricia Fachin. **Revista IHU On-line**, [s.l.], 28 jul. 2016. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/558218-design-e-antropologia-novas-interacoes-para-pensar-as-questoes-sociais-entrevista-especial-com-zoy-anastassakis>. Acesso em: 20 jun. 2020.

ANPROTEC. **Estudo, análise e proposições sobre as incubadoras de empresas no Brasil**: relatório técnico, 2012. Brasília: [s.n], 2012.

ANPROTEC. **Mapeamento dos mecanismos de geração de empreendimentos inovadores no Brasil**, 2019. Brasília: [s.n], 2019.

DIAS, Marina. **Inovação, cultura e sustentabilidade**: um estudo sobre a economia criativa. 2014. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2014.

ENGEL, Jerome. **Global Clusters of Innovation**: Entrepreneurial Engines of Economic Growth around the World. Northhampton: Edward Elgar Publishing, 2014.

ETZKOWITZ, Henry. **Hélice Tríplice**: universidade – indústria – governo, inovação em movimento. Porto Alegre: ediPUCRS, 2009.

ERIKSEN, Mette Agger. **Material matters in co-designing**. 2012. Tese (Doutorado em Design), Malmo University, Malmo, 2012.

GUILHERME, Luciana. **Economia criativa, desenvolvimento e estado-rede**: uma proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro. 2018. Tese (Doutorado em Economia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

IBARRA HERNÁNDEZ, Maria Cristina. **Entrelaçando design com antropologia**: engajamentos com um coletivo de moradora do bairro de Santa Tereza no Rio de Janeiro. 2018. Tese (Doutorado em Design). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial, Rio de Janeiro, 2018.

MARTEL, Frederic. **Smart**: o que você não sabe sobre a internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MARTINS, Carlos. **Economia, Cultura e Criatividade** - Encontro 5. [Lisboa], 2021. Palestra. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oKKO8LY1sq8&t=4106s>. Acesso em: 12 mar. 2021.

MEIRA, Sílvio. **Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

PORTO DIGITAL. **O que é o Porto Digital**, [S.l.] 2020. Disponível em: <https://www.portodigital.org/parque/o-que-e-o-porto-digital>. Acesso em: 10 jul. 2020.

SABOYA, Francisco. **Porto Digital**: 18 anos e uma breve cronologia. [S.l.], 20 out. 2018. Disponível em: <https://www.memoriadofuturo.com.br/2018/11/11/porto-digital-18-anos-e-uma-breve-cronologia/>. Acesso em: 2 jul. 2020.

Recebido: 09 de maio de 2022

Aprovado: 17 de maio de 2022