

# **Cidade e cultura: o Distrito Criativo Centro-Gare como experiência do processo de desenvolvimento contemporâneo**

**Profa. Dra. Elisa Lubeck**

*Unipampa – Bagé – Rio Grande do Sul – Brasil*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9176-0050>

**Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisbôa Filho**

*Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Santa Maria – Rio Grande do Sul – Brasil*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4307-9401>

**Me. Victor Cesar Rodrigues Carvalho**

*Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Santa Maria – Rio Grande do Sul – Brasil*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9384-5878>

## **Resumo**

O presente trabalho tem como objetivo refletir sobre a revalorização do território do Distrito Criativo Centro-Gare em Santa Maria-RS e suas especificidades socioculturais, econômicas e políticas como estratégia para o processo de desenvolvimento contemporâneo. O Distrito Criativo é uma iniciativa de diversas organizações que buscam valorizar a memória e a identidade aliadas às perspectivas de desenvolvimento sustentável da cidade. Observamos que Distrito Criativo Centro-Gare promove o desenvolvimento sustentável ao integrar práticas culturais e econômicas que valorizam a identidade local e promovem a inclusão social, atraindo investimentos e turistas, gerando emprego e renda para a comunidade, ao mesmo tempo que revitaliza áreas urbanas, melhorando a infraestrutura. Porém, a partir da análise dos registros midiáticos online entre 2022/23, observamos que há uma concentração de esforços na revitalização patrimonial e na criação de espaços públicos atrativos, o que é importante em um primeiro momento, mas precisa de ações que gerem uma mobilização mais efetiva dos atores sociais para a consolidação do projeto.

**Palavras-chave:** Cultura; Identidade; Distrito Criativo Centro-Gare; Desenvolvimento Sustentável.

## **City and culture: the Centro-Gare Creative District as an experience of the contemporary development process**

### **Abstract**

The present article aims to reflect on the revaluation of the territory of the Centro-Gare Creative District in Santa Maria-RS and its sociocultural, economic and political specificities as a strategy for the contemporary development process. The Creative District is an initiative of several organizations that seek to value memory and identity combined with the city's sustainable development perspectives. We observed that Distrito Criativo Centro-Gare promotes sustainable development by integrating cultural and economic practices that value local identity and promote social inclusion, attracting investments and tourists, generating employment and income for the community, while revitalizing urban areas, improving the infrastructure. However, based on the analysis of online media records between 2022/23, we observed that there is a concentration of efforts on heritage revitalization and the creation of attractive public spaces, which is important at first, but requires actions that generate mobilization and more effective involvement of social actors to consolidate the project.

**Keywords:** Culture. Identity. Centro-Gare Creative District. Sustainable Development.

## **Ciudad y cultura: el Distrito Creativo Centro-Gare como experiencia del proceso de desarrollo contemporáneo**

### **Resumen**

El trabajo tiene como objetivo reflexionar sobre la revalorización del territorio del Distrito Creativo Centro-Gare en Santa Maria-RS y sus especificidades socioculturales, económicas y políticas como estrategia para el proceso de desarrollo contemporáneo. El Distrito Creativo es una iniciativa de varias organizaciones que buscan poner en valor la memoria y la identidad combinadas con las perspectivas de desarrollo sostenible de la ciudad. Observamos que el Distrito Criativo Centro-Gare promueve el desarrollo sostenible integrando prácticas culturales y económicas que valoran la identidad local y promueven la inclusión social, atrayendo inversiones y turistas, generando empleo e ingresos para la comunidad, al mismo tiempo que revitalizan las áreas urbanas y mejoran la infraestructura. Sin embargo, a partir del análisis de los registros de los medios online entre 2022/23, observamos que hay una concentración de esfuerzos en la revitalización del patrimonio y la creación de espacios públicos atractivos, lo cual es importante en un principio, pero requiere acciones que generen una movilización más efectiva. de actores sociales para consolidar el proyecto.

**Palabras clave:** Cultura. Identidad. Distrito Creativo Centro-Gare. Desarrollo Sostenible.

## **1 Introdução**

Olhar para o território vai muito além de pensar sobre questões políticas e econômicas, é também entender como as comunidades se formam, interagem e evoluem dentro de determinados espaços, redescobrando o sentido de lugar e de comunidade como um espaço carregado de vida e de cultura. Neste sentido território

é, além de uma área delimitada geograficamente, um espaço imbuído de significado cultural, histórico e social. Para que haja um território é necessário que a comunidade se identifique com os espaços e que tenha a formação de redes - interconexão e relacionamento entre os diversos atores. Para Albagli (2004) o território, além de ser um espaço material ou concreto, é também uma teia de relações sociais, um campo de forças construídas historicamente. E, para estimular o desenvolvimento do território é preciso fortalecer os laços de identidade e cooperação com o objetivo de capitalizar “o que as pessoas identificam que o território tem de “seu”, suas especificidades culturais, tipicidades, natureza enquanto recurso e enquanto patrimônio ambiental, práticas produtivas e potencialidades econômicas” (Albagli, 2004, p.63).

Existem muitos caminhos possíveis para se pensar sobre a identidade de um território. Aqui, olhamos sob a lente da comunicação para o projeto do Distrito Criativo Centro-Gare (DCCG), uma iniciativa de diversas organizações da Cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, que busca valorizar sua memória e identidade aliada às perspectivas de desenvolvimento sustentável. Um distrito criativo representa uma área geográfica ou uma região dentro do território, onde a criatividade, a inovação e a cultura convergem para gerar desenvolvimento econômico, social e cultural. Esses distritos promovem a transformação de áreas urbanas, formando uma região atrativa para negócios, turistas, talentos locais, além de estimular a identificação da comunidade com o território.

Os distritos criativos geram diversas contribuições sociais, econômicas e ambientais, especialmente, na América Latina. Em levantamento realizado por Teixeira, Piqué e Ferreira (2022) observamos 63 Distritos Criativo no Mundo, sendo 15 na América Latina: quatro na Colômbia; três na Argentina; um no Chile; um em Trinidad y Tobago; um na Jamaica; cinco no Brasil (Distrito Criativo Passagem de Mariana-MG, Vitória-ES, Porto Alegre-RS, Centro-Gare-RS, Florianópolis-SC). Ainda, de acordo com Moretini (2023), encontramos o Distrito Criativo Sé/República - SP, criado em 2014, que não é citado no referido mapeamento.

Além dos distritos criativos, também merece destaque a Rede de Cidades Criativas da UNESCO (UCCN) que implementa a Agenda 2030 para o desenvolvimento por meio da cultura e da criatividade. A rede busca promover a cooperação e reconhecer o fazer criativo como uma das estratégias para o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental. De acordo com a UNESCO (2023)<sup>1</sup>, integram a rede 350 cidades em mais de 100 países, representando sete áreas criativas: Artesanato e Arte Folclórica, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Mídia e Música. Fazem parte da Rede 14 cidades brasileiras: 1. Gastronomia - Belém (PA), Florianópolis (SC), Paraty (RJ), Belo Horizonte (MG); 2. Design - Brasília (DF), Curitiba (PR), Fortaleza (CE); 3. Artesanato e arte popular - João Pessoa (PB); 4. Música - Salvador (BA), Recife (PE); 5. Cinema - Santos (SP), Penedo (RJ); 6. Literatura - Rio de Janeiro (RJ); 7. Artes midiáticas - Campina Grande (PB).

A nossa investigação se debruça na relação entre comunicação e desenvolvimento, na região abarcada pelo Distrito Criativo Centro-Gare de Santa

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://www.unesco.org/pt/articles/55-novas-cidades-passam-fazer-parte-da-rede-de-cidades-criativas-da-unesco-no-dia-mundial-das>>. Acesso em: 14 out. 2024.

Maria, no Estado do Rio Grande do Sul, buscando compreender a identidade cultural do município a partir da memória e dos registros midiáticos online. Para isso, partimos de uma reflexão teórica sobre comunicação, desenvolvimento e identidade, seguido pelo tensionamento conceitual de Distrito Criativo. Depois, trazemos a história de Santa Maria como valorização da memória enquanto estratégia de desenvolvimento e, por fim, olhamos para os registros midiáticos que envolvem o Distrito Criativo Centro-Gare na mídia online.

## 2 Comunicação, Desenvolvimento e Identidade: um Olhar para a Cultura

A relação entre desenvolvimento, identidade e cultura é complexa e interdisciplinar. Neste sentido, utilizaremos a comunicação como guia para conectar reflexões tão importantes para a contemporaneidade.

A comunicação é um campo de estudos abrangente advindo das Ciências Sociais e Políticas que se preocupa com diversos contextos e atores sociais, tendo como pertencente ao grupo de objetos os estudos de Mídia e Cultura. A mídia proporciona a (re)produção de sentidos dentro de uma cultura - e sua relação enquanto sociedade - que é plural, diversa e em transformação. A cultura é “todo um modo de vida” (Williams, 1979) onde seus sentidos são (re)produzidos e expressam-se por meio de representações simbólicas que circulam no meio social. Para Hall (2016), a cultura refere-se ao intercâmbio e à produção de sentidos entre os membros de uma sociedade.

Dito isso, a comunicação é essencial para articular a dimensão cultural nos processos de desenvolvimento territorial. Tradicionalmente no desenvolvimento territorial, a comunicação foi vista por muitos anos através da lente do *mass communication research*<sup>2</sup>, “essencialmente vinculada a estratégias desenvolvimentistas, com o intuito de interpretar a função social dos meios de comunicação na sociedade” (Felippe; Brandt, 2016, p.46). Com o tempo, a comunicação passou a ser valorizada para além da técnica e da comunicação de massa, abraçando a dimensão estratégica envolvida nas questões intermediadas entre a economia, a cultura, o social e o político. Além disso, a comunicação coloca os sujeitos como protagonistas das transformações sociais, favorecendo o diálogo e a mobilização social.

De certa forma, a cultura e o desenvolvimento estão intrinsecamente ligados. Felippi e Brandt (2016) explicam que a cidade, a região e o estado-nação formam-se a partir de expressões e condições culturais, já que a cultura também é prática de significação permeada por relações de poder. As questões relacionadas à dimensão cultural do desenvolvimento territorial são complexas e se manifestam de diversas formas nos territórios. Também, é dentro dos territórios que ocorre a materialização das especificidades culturais de determinados grupos. Portanto, é possível identificar a relação dos sujeitos com seus ambientes, ou seja, olhar para as identidades e como elas se constroem em determinados espaços.

É justamente quando focamos nas identidades que encontramos uma importante intersecção entre comunicação e desenvolvimento, principalmente através da cultura. Felippi e Brandt (2016) contextualizam que esse entrelaçamento

---

<sup>2</sup> O termo se refere aos estudos de Comunicação de massa.

se encontra nas identidades, subjetividades, hibridismos, processos de significação, representações sociais, consumo e relações de poder que permeiam os contextos históricos, políticos e econômicos como fatores essenciais para a compreensão da cultura. Neste sentido a comunicação expressa novas formas de ver, perceber e manter contato com a dimensão cultural. Para que os territórios sejam entendidos como espaços de produção e negociação de sentidos, é necessária a compreensão dos diferentes modos de vida, sem menosprezar os diferentes produtores e receptores desses meios.

Seguindo este pensamento, Grimson (2010, p.3) explica que “*cultura alude a nuestras prácticas, creencias y significados rutinarios, fuertemente sedimentados, mientras la identidad se refiere a nuestros sentimientos de pertenencia a un colectivo*”, mostrando a relação próxima entre cultura e identidade. Portanto, investigar a identidade é fundamental para o desenvolvimento de um território. Essas identidades representam o conjunto de valores, tradições, costumes e práticas que caracterizam um grupo social, refletindo sua história e seu modo de vida. As identidades contribuem para o território ao criar identificação e pertencimento entre os indivíduos, a cidade e seus espaços. Quando as pessoas compartilham uma cultura comum, elas se sentem parte de uma comunidade maior, o que possibilita o fortalecimento dos laços sociais, de conexões e mobilizações para um objetivo comum.

A partir deste entendimento, a cultura local quando utilizada como estratégia de desenvolvimento, contribui com a preservação da memória histórica, mantendo vivos os conhecimentos passados de geração em geração. Esse processo de transmissão cultural é vital para a manutenção da identidade de um território e para a valorização de seus espaços, construindo uma tradição.

Ainda, a identidade contribui significativamente no desenvolvimento econômico de uma região. Festivais culturais, artesanato local e gastronomia típica são exemplos de produções culturais que, junto a sua história, receptividade e construção de sentidos envolvidos em todo o processo comunicacional, atraem turistas e fomentam a economia local. Junto a isso, a valorização da cultura local pode gerar empregos e renda para a população, melhorando a vida dos moradores locais. Portanto, a identidade cultural é um elemento essencial para o desenvolvimento territorial, tanto para as questões históricas, econômicas e sociais de uma região.

Dentro deste panorama teórico surgem as ideias de Distrito Criativo, áreas delimitadas e definidas dentro de um território urbano, que são transformadas por meio da colaboração entre pessoas, promovendo a troca de conhecimentos e o desenvolvimento de novas ideias e práticas. Essas transformações intensificam a atividade cultural, criando uma rede de serviços que reúne negócios e iniciativas criativas em um ambiente atrativo (Testoni, 2018). De acordo com Teixeira, Piqué e Ferreira (2022), os distritos criativos podem ser entendidos como regiões de inovação, com a presença de negócios criativos que se integram à cultura local, impulsionando a cultura e a economia da região.

Além disso, os distritos criativos valorizam a história, os costumes e o patrimônio urbano, ressignificando áreas anteriormente negligenciadas. Com efeito, tornam-se espaços atrativos para pessoas criativas e fomentam um forte sentimento de pertencimento (Wittmann e Testoni, 2019). Segundo Moretini e Lopes (2021), os arranjos produtivos locais desses distritos derivam de processos de desenvolvimento

que buscam tornar o território mais produtivo e rentável, com foco em especialização, inovação e cooperação entre os atores locais, onde a participação é vista como um valor fundamental.

Mundialmente, os distritos criativos refletem as evoluções culturais e históricas das sociedades, ao mesmo tempo em que impactam as localidades em que estão inseridos. Eles promovem o crescimento econômico, social, cultural e criativo das comunidades, oferecendo espaços para o compartilhamento de conhecimentos, ideias e colaborações (Via Conhecimento, 2022).

Esses distritos incentivam um ambiente de inovação, facilitando a troca de ideias e a colaboração entre diversos setores criativos, o que fomenta o surgimento de novas organizações e impulsiona o crescimento econômico local. Além disso, os distritos criativos promovem o desenvolvimento sustentável ao integrar práticas culturais e econômicas que valorizam a identidade local e promovem a inclusão social. Com isso, eles atraem investimentos e turistas, gerando emprego e renda para a comunidade, ao mesmo tempo que revitalizam áreas urbanas, melhorando a infraestrutura e a qualidade de vida dos moradores.

Em contraponto, em algumas situações, a regeneração de uma determinada região do território, como é a proposta dos distritos criativos, pode gerar um processo de gentrificação se não for cuidadosamente planejada. Este processo de gentrificação consiste na higienização dos espaços revitalizados, acarretando aumento do custo de vida e especulação imobiliária, atraindo novos moradores e dificultando a permanência de antigos residentes. Para Alcântara (2018, p.1),

O termo refere-se a processos de mudança das paisagens urbanas, aos usos e significados de zonas antigas e/ou populares das cidades que apresentam sinais de degradação física, passando a atrair moradores de rendas mais elevadas. Os “gentrificadores” (gentrifiers) mudam-se gradualmente para tais locais, cativados por algumas de suas características - arquitetura das construções, diversidade dos modos de vida, infraestrutura, oferta de equipamentos culturais e históricos, localização central ou privilegiada, baixo custo em relação a outros bairros -, passando a demandar e consumir outros tipos de estabelecimentos e serviços inéditos. A concentração desses novos moradores tende a provocar a valorização econômica da região, aumentando os preços do mercado imobiliário e o custo de vida locais, e levando à expulsão dos antigos residentes e comerciantes, comumente associados a populações com maior vulnerabilidade e menor possibilidade de mobilidade no território urbano, tais como classes operárias e comunidades de imigrantes.

Para evitar isso, é essencial que haja o envolvimento da área da comunicação no Distrito Criativo Centro-Gare (DCCG), em Santa Maria-RS, enquanto gestor estratégico e intermediador das demandas culturais e sociais. É a partir da comunicação que há (re)produções de sentido e a mobilização dos diversos atores que compõem o território. Esse entendimento é fundamental para compreendermos como as identidades em um território são configuradas e como o desenvolvimento é moldado. Portanto, a cultura mostra-se como um elemento imprescindível ao desenvolvimento territorial, influenciando valores, comportamentos e práticas, ou seja, a reprodução de sentidos, desempenhando um papel central na definição do potencial e das direções de desenvolvimento de uma região.

### 3 Memória e Identidade: Valorização Histórica da Cidade de Santa Maria

A identidade territorial de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, é profundamente marcada por sua rica história cultural, sua importância acadêmica e significativa participação em eventos históricos. Santa Maria começou como um pequeno povoado chamado "Santa Maria da Boca do Monte"<sup>3</sup>, estrategicamente localizado em uma região de passagem. O desenvolvimento foi impulsionado pela chegada de imigrantes europeus e pela construção de ferrovias no século XIX, consolidando a cidade como um importante centro ferroviário do estado. A ferrovia trouxe o primeiro ciclo econômico que gerou progresso e transformou a cidade em um centro de comércio e serviços.

Atualmente conhecida como "Cidade Cultura"<sup>4</sup> e "Coração do Rio Grande" devido à sua localização geográfica central no Estado do Rio Grande do Sul, Santa Maria é um polo de educação e cultura, abrigando a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), uma das principais instituições de ensino superior do Brasil, que atrai um grande número de estudantes e promove uma atmosfera de jovialidade e inovação, marcando o segundo ciclo de desenvolvimento da cidade com a criação da UFSM, além da presença de oito instituições de Ensino Superior: Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Universidade Franciscana (UFN), Faculdade Integrada de Santa Maria (FISMA), Faculdade Metodista de Santa Maria (FAMES), Faculdade Palotina de Santa Maria (FAPAS), Faculdade de Direito de Santa Maria (FADISMA), Faculdade de Ciências da Saúde (SOBRESP) e Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

De acordo com o IBGE (2021)<sup>5</sup>, Santa Maria é o quinto município mais populoso do nosso estado, possuindo cerca de 285.000 habitantes. A cidade também é conhecida como a cidade do "xis"<sup>6</sup>, abrigando um festival anual gastronômico e cultural.

A cidade possui uma série de edificações históricas que marcam sua identidade, incluindo a Catedral de Nossa Senhora da Conceição e o Theatro Treze de Maio, além do acervo de patrimônios neoclássicos - Art Déco<sup>7</sup>. Santa Maria também

---

<sup>3</sup> Segundo artigo de Eduardo Rolim publicado na APUSM, "O nome de Santa Maria da Boca do Monte aparece pela primeira vez em documento oficial do ano de 1809. O nome surgiu da composição do antigo oratório jesuítico com a denominação indígena da antiga picada que dava acesso a São Martinho. Os índios chamavam essa picada de "caá-yuru" (boca do mato). Os espanhóis que primeiro aqui chegaram adotaram o mesmo nome: em espanhol – Boca do Monte. Os portugueses, que vieram 150 anos depois, continuaram a usar a denominação já consagrada". Disponível em: <<https://apusm.com.br/noticiaswp/historia-a-fundacao-de-santa-maria-artigo-de-eduardo-rolim>>.

<sup>4</sup> Instituída pela Lei nº 1322, de 15 de julho de 1968.

<sup>5</sup> IBGE. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/santa-maria/panorama>>.

<sup>6</sup> "Xis" é um sanduíche popular no Brasil, em especial, na região Sul. O nome é uma adaptação da palavra "cheeseburger" em inglês. A Lei nº 6.879, de 26 de março de 2024 reconhece o Município de Santa Maria como Cidade do Xis, institui e inclui no Calendário Oficial de eventos do Município o Festival do Xis de Santa Maria, a ser realizado anualmente, preferencialmente na segunda quinzena do mês de novembro.

<sup>7</sup> Art Déco é movimento artístico que surgiu na Europa em 1920 e chegou em Santa Maria na década de 1940. O estilo Art Déco é marcado pelas linhas retas, tipografia, simetria e busca pela perfeição. Em

é famosa pela Vila Belga, que reflete a arquitetura e o estilo de vida dos trabalhadores belgas que se estabeleceram na região no início do século XX para a construção da ferrovia. Esses elementos arquitetônicos e culturais são importantes para a identidade da cidade, olhando a partir dos espaços - patrimônio cultural -, evidenciando uma mescla de influências que moldaram o desenvolvimento do território ao longo dos anos. Em 2000, a Estação da Viação Férrea, hoje chamada de Gare, foi tombada como patrimônio histórico do Rio Grande do Sul<sup>8</sup>, e está em reforma com a previsão de finalização em 2025.

Em um novo ciclo de desenvolvimento territorial, a criação do Distrito Criativo Centro-Gare aponta para uma possível nova etapa de transformação da região central, histórica e cultural de Santa Maria. O DCCG foi oficialmente lançado em abril de 2022 e é resultado da cooperação de diferentes atores sociais, públicos e privados, além da comunidade, com a finalidade de promover o desenvolvimento da cidade através da economia criativa. Este movimento tem por objetivo, dentre outros, promover a revitalização do Centro Histórico da cidade, a fim de transformá-lo num espaço público, popular e de convivência, buscando um desenvolvimento sustentável (PMSM, 2022).

Economia Criativa é um conjunto de atividades econômicas baseadas na criatividade e na expressão cultural, usando a criatividade como ferramenta para produzir bens e serviços. Tem como principal característica alcançar resultados por meio de uma cultura colaborativa, buscando o envolvimento do público de forma ativa na criação ou melhoria de bens e processos gerando troca de valor e diferentes experiências (Gomez e Oliveira, 2016). Para a Organização das Nações Unidas (2023) este é um conceito ainda em desenvolvimento pois, se forma entre o conhecimento, a tecnologia, a propriedade intelectual, as ideias e a criatividade humana. Ainda, a cultura e a criatividade possuem um valor não-monetário capaz de estimular o diálogo entre as pessoas e o desenvolvimento. Segundo a ONU (2023), a economia criativa é uma área dinâmica que propicia o desenvolvimento mundial, representando 6,2% dos empregos no mundo e 3,1% do Produto Interno Bruto, PIB, global. Em junho de 2024, o Ministério da Cultura publicou a Instrução Normativa nº13 na Lei Rouanet, onde reconhece os territórios de vocações criativas como lugares estratégicos para a construção de uma agenda de desenvolvimento econômico pela cultura e estabelece as possibilidades de fomento para os territórios<sup>9</sup>.

Segundo a Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão do Estado do Rio Grande do Sul (SPGG, 2024), o RS é o quinto estado brasileiro com o maior número de empreendimentos na área de economia criativa, reunindo 30.987 estabelecimentos, o que equivale a 6,8% do total de estabelecimentos no RS e a 7,6% dos estabelecimentos do setor no país. Ainda, o segmento de economia criativa com mais empreendimentos no Estado é o de Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC), correspondendo a 21,8% do total.

---

Santa Maria, temos 16 exemplares do movimento, localizados na Avenida Rio Branco. A Avenida é o maior acervo contínuo de Art Déco na América Latina.

<sup>8</sup> Instituída pela Portaria IPHAE nº30, de 26 de outubro de 2000.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/territorios-criativos-passam-a-ser-elegiveis-em-financiamentos-oriundos-dos-incentivos-fiscais-da-lei-rouanet>>. Acesso em 05 de novembro de 2024.

Em abril de 2022, Santa Maria aprovou a Lei nº 6615/2022<sup>10</sup> que instituiu o Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa de Santa Maria, com o objetivo de consolidar a economia criativa como eixo estratégico da política de desenvolvimento da cidade; ampliar os recursos financeiros para os setores da economia criativa; estimular a criação e o incremento de polos e ambientes de inovação e criatividade no Município; fortalecer a marca de Santa Maria como polo criativo no Estado e no País, na América do Sul e no Mercosul; fomentar o desenvolvimento de empreendimentos criativos; entre outros.

A partir disso, o Distrito Criativo Centro-Gare (DCCG) ganhou força, demarcando uma área importante da cidade, abarcando a região central, histórica e cultural de Santa Maria (Figura 1). Ainda, visando uma expansão para outros espaços do território, a governança do DCCG imagina que Santa Maria seja reconhecida futuramente além de seu Distrito Criativo, ou seja, como uma Cidade Criativa.

Figura 1 - Região do Distrito Criativo Centro-Gare



Fonte: Elaborado pelos autores (adaptado de Social e Romano (2024)).

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://camara-sm.rs.gov.br/atividades-legislativas/legislacao/lei/81134/lei-n--6615-2022>>. Acesso em 15 de outubro de 2024.

O DCCG está organizado em quatro comitês: Governança e Políticas Públicas; Ambiente Natural e Construído; Economia Criativa; e Identidade e Recursos Culturais. O Comitê de Governança e Políticas Públicas busca a participação ativa da sociedade e a interação entre diversos atores, proporcionando um ambiente democrático e acessível, visando desenvolver ideias criativas e inovadoras através do compartilhamento de conhecimento e recursos. O Comitê de Ambiente Natural e Construído foca na preservação e valorização dos espaços e do patrimônio histórico. O Comitê de Economia Criativa se dedica a incentivar o empreendedorismo e a inovação, apoiando a indústria criativa. Enquanto o Comitê de Identidade e Recursos Culturais busca a valorização da cultura local e sua história, a inclusão social e a diversidade, criando um ambiente propício para a arte e a geração de novas ideias.

A partir disso, podemos dizer que a identidade do Distrito Criativo Centro-Gare é composta pela história de Santa Maria, representada atualmente pelos espaços e patrimônios que a compõem, tais como: Gare (Viação Férrea), Vila Belga, Catedral de Nossa Senhora da Conceição, Teatro Treze de Maio, Praça Saldanha Marinho, Conjunto Art Deco da Avenida Rio Branco, Casa de Cultura (em reforma), Prédio da Sociedade União dos Caixeiros Viajantes - SUCV (em reforma), Clube Caixeiral (em decomposição), Calçadão Salvador Isaia, Parque Itaimbé, Universidade Federal de Santa Maria - Prédio da Antiga Reitoria. Esses elementos, quando isolados, não são tão representativos, porém quando agrupados e em conjunto ao movimento do Distrito Criativo Centro-Gare, formam um sentido comum que valoriza a comunidade santamariense e oportunizam a possibilidade de gerar a identificação e o pertencimento dos atores com os espaços.

A partir do exposto e na busca de compreender a representação do DCCG em sua construção identitária, seguimos nossos olhares para as mídias online através das notícias vinculadas ao DCCG, entre 2022 e 2023.

#### 4 O Distrito Criativo Centro-Gare na Mídia Online

Nossa investigação parte de uma pesquisa exploratória no campo da produção midiática a fim de entender a construção da identidade do DCCG nas Mídias Online. Para isso, procuramos as mídias de notícia com registros online que, de alguma forma, citavam o DCCG, encontradas a partir da plataforma de busca Google Notícias<sup>11</sup>. Nos deparamos com 44 notícias<sup>12</sup> vinculadas às seguintes mídias online:

---

<sup>11</sup> O Google Notícias é uma ferramenta que reúne notícias de milhares de fontes ao redor do mundo. Ele organiza as notícias por tópicos, com o objetivo de fornecer acesso rápido a sites e portais confiáveis, ajudando a evitar notícias falsas. A ferramenta possui uma política de notícias e um conjunto de regras para a prática em páginas de artigos, o que limita as notícias que serão disponibilizadas no buscador. Disponível em: <[https://support.google.com/news/publisher-center/answer/6204050?visit\\_id=637375408719583337-906074398&rd=1](https://support.google.com/news/publisher-center/answer/6204050?visit_id=637375408719583337-906074398&rd=1)>.

<sup>12</sup> Nesta etapa, nossa busca se realizou através das palavras-chave “Distrito Criativo Centro Gare” e “Distrito Criativo”+”Santa Maria” para compor nosso corpus, aplicada no buscador Google, através do formato busca Google Notícias.

Diário de Santa Maria<sup>13</sup>, Claudemir Pereira<sup>14</sup>, Paralelo 29<sup>15</sup>, Jornal Cidades<sup>16</sup>, Grandes nomes da propaganda<sup>17</sup>, Correio do Povo<sup>18</sup>, Revista News<sup>19</sup>, Secretaria de Cultura - SEDAC - e Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul - FAMURS.

Num segundo movimento exploratório, procuramos pelas notícias que mencionaram os locais que compõem o centro histórico da Cidade de Santa Maria, encontradas a partir da plataforma de busca Google Notícias: Gare, Vila Belga, Calçadão Salvador Isaia, Praça Saldanha Marinho, Parque Itaimbé, Avenida Rio Branco. Descobrimos 177 notícias que representavam ações vinculadas ao DCCG, entre 2022 e 2023, mesmo que não mencionassem diretamente o distrito, mas ainda relacionadas com ele, nas mesmas mídias mencionadas anteriormente, acrescidas de GZH<sup>20</sup>, Bei notícias<sup>21</sup> e Alcir 61<sup>22</sup>.

Organizamos e categorizamos o total de 221 notícias a partir da análise de conteúdo (Bardin, 2011), resultando em 6 categorias (Figura 2): 1) Políticas Públicas e Relações Internacionais; 2) Revitalização e Projetos Urbanos; 3) Patrimônio Histórico; 4) Iniciativas de Economia Criativa e Empreendedorismo; 5) Comemorações e eventos; e por fim, 6) Intervenções Artísticas e Culturais.

---

<sup>13</sup> A NEWCO SM Empresa Jornalística Ltda, conhecida como Diário de Santa Maria, iniciou suas atividades em 2016, fornecendo edições impressas, plataformas digitais e produtos como o Bei, portal de notícias focado em segurança pública, a revista Persona, a TV Diário e a Rádio CDN. Disponível em: <<https://diariosm.com.br/>>. Acesso em 15 de outubro de 2024.

<sup>14</sup> Claudemir Pereira é jornalista formado pela UFSM em 1983 e proprietário do site com o mesmo nome desde 2005. Claudemir também é âncora do programa diário Sala de Debate na Rádio CDN (desde 2002) e escreve uma coluna semanal de informações e análises políticas no Jornal Diário de Santa Maria. Disponível em: <<https://claudemirpereira.com.br/>>. Acesso em 15 de outubro de 2024.

<sup>15</sup> Site sobre atualidades e bastidores da política, eleições e as principais notícias de Santa Maria e região. Disponível em: <<https://paralelo29.com.br/>>. Acesso em 15 de outubro de 2024.

<sup>16</sup> Desde 1996 o Jornal Cidades dedica-se exclusivamente a evidenciar os destaques dos municípios gaúchos. A economia de cada região é divulgada no jornal, que serve também de espaço para publicação de editais de licitação. Disponível em: <<https://www.jornaldocomercio.com/jornal-cidades>>.

<sup>17</sup> Há mais 20 anos no ar, o programa Grandes Nomes da Propaganda é o mais tradicional portal na internet, que cobre a excelência da publicidade e da comunicação no Brasil. Disponível em: <<https://grandesnomesdapropaganda.com.br/>>.

<sup>18</sup> O Correio do Povo é um jornal diário brasileiro em formato tabloide pertencente ao Grupo Record, com circulação no estado do Rio Grande do Sul. Foi fundado em 1 de outubro de 1895 pelo jornalista Caldas Júnior, então com 27 anos. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/>>. Acesso em 15 de outubro de 2024.

<sup>19</sup> O Portal Revista News foi fundado no final de 2017 e veicula notícias sobre política, economia, cultura, saúde, educação, esportes, lazer, entre outros. Disponível em: <<https://revistanews.com.br/>>.

<sup>20</sup> GZH foi lançado em setembro de 2017 e é a marca de jornalismo digital do Grupo RBS. Ele contempla conteúdos gerados pela Zero Hora e pela rádio Gaúcha, além de produções exclusivamente digitais. O Jornal Zero Hora, fundado em 1964, é o maior do Rio Grande do Sul e o 5º maior do país. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/praticas-editoriais/>>.

<sup>21</sup> O Bei notícias é um portal de notícias vinculado ao Grupo Diário.

<sup>22</sup> Alcir 61 é um portal de notícias focado nas cidades de Santa Maria e Júlio de Castilhos, criado por João Alcir Vandair Batista.

Figura 2 - Processo metodológico



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em seguida relacionamos as categorias criadas com os Comitês do DCCG (Figura 2): Comitê de Governança - Política Públicas e Relações Internacionais; Comitê Ambiente Natural e Construído - Revitalização, Projetos Urbanos e Patrimônio Histórico; Comitê de Economia Criativa - Iniciativas de Economia Criativa e Empreendedorismo; e, Comitê de Identidade e Recursos Culturais - Comemorações, Eventos Locais e Intervenções Artísticas e Culturais.

Nossa primeira percepção foi olhar para a quantidade de notícias em cada categoria e suas concentrações. Observamos uma grande concentração de notícias em volta do movimento de revitalização da cidade - 51% das notícias - a partir de informações sobre as obras públicas abraçadas pelo Comitê Ambiente Natural e Construído, como: a reforma do Calçadão Salvador Isaia, da Praça Saldanha Marinho e da Gare, reforma na iluminação da Avenida Rio Branco, Concha Acústica, entre outros espaços. Este processo de revitalização, cujo foco é estrutural, busca a transformação da cidade de forma a deixá-la atrativa e sustentável, consequentemente melhorando a qualidade de vida dos moradores e seu sentimento de segurança com o local. Esse olhar evidencia um movimento que encontra-se em sua forma inicial de atuação - o movimento do DCCG encontra-se com, aproximadamente, dois anos de vida -, tendo como foco latente trabalhar a estrutura da cidade, a recuperação dos espaços públicos e a transformação da cidade a fim de proporcionar segurança e qualidade de vida.

É importante destacar que as informações veiculadas retratam processos de revitalização em execução no DCCG. Isso significa que é precoce avaliar se existe ou não o gentrificação no território, tendo em vista que não temos informações suficientes para afirmar ou negar sua existência neste processo. Porém, essa é uma preocupação que deve ser considerada nos processos de desenvolvimento territorial.

Um segundo ponto a destacar é a quantidade pouco expressiva de notícias envolvendo os comitês de "Governança" - 2% - e "Economia Criativa" - 5%. Além disso, nas notícias categorizadas como "Políticas Públicas e Relações Internacionais",

percebemos movimentos que buscam fundamentar e especializar ações para o DCCG, porém muito vinculadas a ações públicas de representação da gestão - liderada pela Prefeitura de Santa Maria/RS. Enquanto isso, nas ações envolvendo a categoria “Iniciativas de Economia Criativa e Empreendedorismo”, nos gera a reflexão de que essas ações não representam a atuação do Comitê de Economia Criativa visto que há muitas ações que não estão disponíveis no midiático e que estão sendo realizadas, ações essas que são de interesse público, ou seja, deveriam estar disponíveis para a sociedade. Logo, põem-se em questionamento a falta de profissionais da comunicação atuando no DCCG em prol de uma comunicação pública, já que a própria comunidade local tem interesse nos assuntos em torno do local, assuntos esses que são de interesse público, mas que não chegam ao público de forma efetiva.

Ao olharmos as notícias vinculadas ao “Comitê de Identidades e Recursos Culturais”, notamos uma concentração expressiva de ações voltadas a “Eventos Locais” - 30% - somando às ações categorizadas como “Intervenções Artísticas e Culturais” - 9%. Entendemos que essas ações desempenham um papel importante no desenvolvimento da cidade, pois elas atraem visitantes e enriquecem a experiência turística ao permitir o contato com a cultura autêntica de uma região, além de mergulhar em tradições e experimentar a história local. Além disso, eventos e intervenções artísticas e culturais favorecem a sociabilidade e novas conexões, o que possibilita a construção do pertencimento e a identificação com o território.

Entre os eventos e intervenções artísticas, temos: Festival do Xis, Carnaval, Calourada, Feira do Livro, Brique da Vila Belga, Shows artísticos, Parada LGBT Alternativa e Parada do Orgulho, Santa Summit e Seminário Regional de Artesãos. Algumas dessas produções culturais advém do próprio movimento do DCCG, como o Santa Summit, e outros se encaminham para a composição de uma tradição, como a Feira do Livro e Brique da Vila Belga, funcionando independente de divulgações.

Também, precisamos destacar que essas ações voltadas a eventos e intervenções artísticas só contribuem de fato para a identidade de um território se a comunidade estiver mobilizada e envolvida, ou seja, a comunidade deve se sentir pertencente às propostas em conexão com o território. O pertencimento é gerado quando a comunidade é envolvida no processo de desenvolvimento territorial e se identifica. Isso inclui a sua participação em decisões sobre o uso do espaço, eventos e práticas culturais que representam a diversidade local.

Portanto, entendemos que o movimento de desenvolvimento do DCCG está em processo de crescimento e amadurecimento e passará por, pelo menos, três etapas: revitalização patrimonial, criação de espaços públicos atrativos e a mobilização social dos atores que compõem o território. O movimento do DCCG, a partir da leitura dos registros midiáticos online, indicam que há uma concentração de esforços na revitalização patrimonial e na criação de espaços públicos atrativos. Assim, como um próximo movimento de desenvolvimento do território, esperamos que o envolvimento comunitário seja trabalhado de modo mais efetivo.

## 5 Considerações Finais

Retomando algumas reflexões importantes, nossa investigação buscou olhar para o Distrito Criativo Centro-Gare (DCCG) de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, sob a perspectiva da comunicação e do desenvolvimento, no âmbito da produção, a partir dos registros midiáticos na mídia online. Como elo condutor da pesquisa, destacamos a comunicação como elemento essencial para compreender os processos articulares do desenvolvimento territorial, em especial no fortalecimento da identidade. Além disso, a identidade cultural de um território é moldada por valores, tradições e práticas, tendo a mídia um papel central na (re)produção desses significados.

Santa Maria, historicamente conhecida como a "Cidade Cultura", tem sua história conectada à criação da via férrea, abraçando espaços como a Gare e a Vila Belga, num primeiro momento, à criação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e outras instituições de ensino superior, num segundo momento, e pela criação do Distrito Criativo Centro Gare (DCCG). Sendo assim, o DCCG se caracteriza por ser uma unidade territorial pertinente com diversas potencialidades e tem como principal objetivo revitalizar o centro histórico, resgatar e valorizar as imagens e símbolos da cidade, promovendo o desenvolvimento sustentável, além de mobilizar os atores e segmentos sociais nesta ação coletiva.

Ainda, evidencia preocupações com a gentrificação, visto que o processo de revitalização de espaços degradados e centrais de um território são palco para a higienização de uma classe popular, afastando-os para as margens, e atraindo classes com maior poder aquisitivo. Devido a isso, destacamos a importância de políticas públicas e de ações que minimizem esse impacto, possibilitando que as classes populares possam permanecer nestes espaços e se desenvolver junto do território.

A partir da análise dos registros midiáticos online sobre o DCCG, percebemos haver uma concentração de notícias sobre a revitalização urbana, o que demonstra a preocupação com a revitalização patrimonial e a criação de espaços públicos atrativos, etapas importantes e iniciais de um processo de transformação territorial. No entanto, a construção identitária e o pertencimento também são ações que devemos dar importância e que devem estar presentes em todo o processo de desenvolvimento territorial. Para isso acontecer, são necessárias ações que mobilizem ativamente a comunidade e a conectem com o território, desde as decisões sobre a utilização dos espaços, passando pela governança do DCCG, até as suas práticas culturais, estimulando uma construção mediada e participativa.

## REFERÊNCIAS

ALBAGALI, S. Território e territorialidade. In: LAGES, V., BRAGA, C., MORELLI, G. (orgs). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Sebrae, 2004.

ALCÂNTARA, M. F. de. Gentrificação. In: **Enciclopédia de Antropologia**. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia. 2018. Disponível em: <<http://ea.fflch.usp.br/conceito/gentrificacao>>. Acesso em: 9 out. 2025.

CARVALHO, Victor C. R.; LUBECK, Elisa. UFSM e Distrito Criativo Centro-Gare: contribuições dos projetos de extensão ao desenvolvimento do território. In.: LUBECK, Elisa.; LISBOA FILHO, Flavi. F.; CARVALHO, Luciomar de. **Comunicação & Desenvolvimento**. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2024. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/editoras/facos/comunicacao-desenvolvimento>>. Acesso em: 11 set. 2024.

FELIPPI, Â. C. T.; BRANDT, G. B. Aproximações entre Estudos Culturais e Desenvolvimento Regional: uma proposta teórico metodológica para estudar a Comunicação na interdisciplinaridade. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 12, n. 4, p. 44-63, dez. 2016. ISSN 1809-239X. Disponível em: <<https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2603/555>>. Acesso em: 16 jul. 2024.

GOMEZ, L. S. R. OLIVEIRA, A. L. F. Centro Sapiens: Revitalização do Centro Histórico de Florianópolis Através do Incentivo à Economia Criativa. In: **Via Revista**. Ano 1 - Nº1 - set 2016. Disponível em: <<https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2016/10/revistaVIA-1ed.pdf>>. Acesso em 04 mai 24.

GRIMSON, A. Culture and Identity: two different notions. **Social Identities**, vol. 16, nº 1, 2010, p. 63-79.

HALL, S. **Cultura e representação**. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

MORETINI, E; LOPES, R. S. **A criação do primeiro distrito criativo no Brasil: uma política pública para o centro da cidade de São Paulo**. In: XVII ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 2021. **Anais [...]** Salvador: Universidade Federal da Bahia. 2021.

MORETINI, E. **Processo de criação do Distrito Criativo Sé/República na cidade de São Paulo**. 2023. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Carlos, 2023. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/102/102132/tde-25072023-164715/>. Acesso em: 14 out. 2024.

ONU. **Cultura e criatividade** representam 3,1% do PIB Global e 6,2% de todos os empregos. 2023. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2023/04/1813137>>. Acesso em: 15 out. 2024.

PMSM. Prefeitura Municipal de Santa Maria. **Distrito Criativo**. 2022. Disponível em: <<http://www.distritocentrogare.com.br/index.php/pt/>>. Acesso em 10 de jun. de 2023.

SANDALOWSKI, M. C. [et al]. **O coração do Rio Grande** [recurso eletrônico] : história e geografia de Santa Maria . 1. ed. – Santa Maria/RS : UFSM, Pró-Reitoria de Extensão, 2023. 1 e-book : il. – (Série Extensão)

SOCAL, A. J.; ROMANO, L. Patrimônio cultural e distritos criativos: uma relação através do Distrito Criativo Centro-Gare. **Cadernos do CEOM**. v. 37 n. 60, 2024. Disponível em: <<https://doi.org/10.22562/2024.60.09>>. Acesso em 09 de out. de 2024.

SPGG. Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão do RS. **RS é o quinto estado brasileiro com mais empreendimentos de economia criativa**. 2024. Disponível em: <<https://planejamento.rs.gov.br/rs-e-o-quinto-estado-brasileiro-com-mais-empreendimentos-de-economia-criativa>>. Acesso em: 15 out. 2024.

TEIXEIRA, C. S.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. F. **Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos**. São Paulo: Perse. 243p, 2022.

TESTONI, B. **O que são Distritos Criativos?** VIA Estação Conhecimento, 2018. Disponível em: <https://via.ufsc.br/o-que-sao-distritos-criativos/>. Acesso em 10 julho 2023.

VIA CONHECIMENTO. Quer dar uma volta ao mundo? Conheça os Distritos Criativos! Disponível em: <https://via.ufsc.br/quer-dar-uma-volta-ao-mundo-conheca-os-distritos-criativos/>. Acesso em 10 ago 2023.

WILLIAMS, R. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WITTMANN, T.; TESTONI, B. M. V. Distritos criativos ganham espaço no Brasil e no exterior. **VIA Revista - Cidades Criativas**, 6ª edição, 2019. Disponível em:<<https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2019/04/revistaVIA-6-ed.pdf>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2024.

**Dra. Elisa Lubeck**. Universidade Federal do Pampa - *Unipampa – Bagé– Rio Grande do Sul – Brasil*. Professora. [elisaterra@unipampa.edu.br](mailto:elisaterra@unipampa.edu.br)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9176-0050>

**Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho**. *Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Santa Maria– Rio Grande do Sul – Brasil*. Professor. [flavi@ufsm.br](mailto:flavi@ufsm.br)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4307-9401>

**Me. Victor Cesar Rodrigues Carvalho.** *Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Santa Maria– Rio Grande do Sul – Brasil.*  
victor.rodrigues@acad.ufsm.br  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9384-5878>

Submetido em: 29/11/2024

Aprovado em: 27/11/2025

#### CONTRIBUIÇÃO DE CADA AUTOR

Conceituação (Conceptualization) - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Curadoria de Dados (Data curation) - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Análise Formal (Formal analysis) - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Obtenção de Financiamento (Funding acquisition) - Flavi Ferreira Lisbôa Filho

Investigação/Pesquisa (Investigation) - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Metodologia (Methodology) - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Administração do Projeto (Project administration) - Flavi Ferreira Lisbôa Filho

Recursos (Resources)

Software

Supervisão/orientação (Supervision) - Flavi Ferreira Lisbôa Filho

Validação (Validation)

Visualização (Visualization)

Escrita – Primeira Redação (Writing – original draft) - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Escrita – Revisão e Edição (Writing – review & editing). - Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Victor Cesar Rodrigues Carvalho