

## **Cidades criativas e seu potencial de gerar inovação pela coprodução de serviços públicos: uma análise a partir da teoria da localização**

**Thiago Chagas de Almeida<sup>1</sup>**

**Magnus Luiz Emmendoerfer<sup>2</sup>**

**Elias José Mediotte<sup>3</sup>**

**Alessandro Carlos da Silva Junior<sup>4</sup>**

**Beatriz Gondim Matos<sup>5</sup>**

### **Resumo**

As cidades criativas são aquelas que fomentam a cultura e o turismo criativo, principalmente por mecanismos que interagem os atores locais e utilizam sua diversidade de ideias para a inovação. Dessa forma, seria possível vislumbrar, com base na teoria da localização (que indica os fatores territoriais distintivos da capacidade de desenvolvimento dos lugares), o potencial das cidades criativas de gerar inovação no setor público pela coprodução. Ressalta-se que a coprodução de serviços públicos ocorre quando os cidadãos são envolvidos na constituição das políticas públicas, em suas diferentes fases. Em vista disso, o presente ensaio teórico tem o objetivo de analisar, à luz da teoria da localização, se as cidades criativas são mais passíveis a inovar no setor público por promover a coprodução de serviços

---

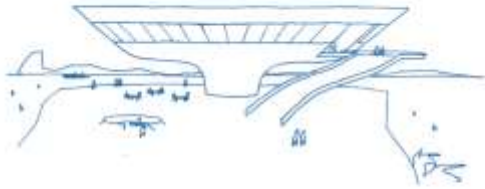
<sup>1</sup> Doutorando em Administração. Universidade Federal de Viçosa. <http://lattes.cnpq.br/6998391101768752.thiagoc-almeida@hotmail.com>. O presente trabalho foi realizado com o apoio: da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001; do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq - Processos 408437 / 2016-1; 309363 / 2019-5); e da Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG - PPM-00049-18).

<sup>2</sup> Professor Associado. Universidade Federal de Viçosa. <http://lattes.cnpq.br/0919407313173824.magnus@ufv.br>. O presente trabalho foi realizado com o apoio: da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001; do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq - Processos 408437 / 2016-1; 309363 / 2019-5); e da Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG - PPM-00049-18).

<sup>3</sup> Doutorando em Administração. Universidade Federal de Viçosa. <http://lattes.cnpq.br/9107045609679702.eliasmediotte@gmail.com>. O presente trabalho foi realizado com o apoio: da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001; do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq - Processos 408437 / 2016-1; 309363 / 2019-5); e da Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG - PPM-00049-18).

<sup>4</sup> Doutorando em Administração. Universidade Federal de Viçosa. <http://lattes.cnpq.br/6287212703285021.alessandro.ufvadm@gmail.com>. O presente trabalho foi realizado com o apoio: da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001; do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq - Processos 408437 / 2016-1; 309363 / 2019-5); e da Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG - PPM-00049-18).

<sup>5</sup> Professora Adjunta. Universidade Federal do Cariri. <http://lattes.cnpq.br/4044648624307918.beatriz.gondim@ufca.edu.br>. O presente trabalho foi realizado com o apoio: da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001; do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq - Processos 408437 / 2016-1; 309363 / 2019-5); e da Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG - PPM-00049-18).



públicos, sobretudo os vinculados à cadeia produtiva do turismo, enquanto setor proeminente ao crescimento econômico. Para tanto, realizou-se uma pesquisa exploratória qualitativa, partindo de uma literatura e de procedimentos analíticos próprios dos autores. A discussão deste estudo aponta que a inovação no setor público pode ser mais estimulada pelo fomento à coprodução de serviços públicos das cidades criativas. Dessa forma, as cidades criativas seriam locais mais propensos a inovar e a se desenvolver economicamente, por terem o compromisso de envolver diferentes atores sociais nesse processo. Este trabalho contribui para compreender um fator territorial (gestão pública local voltada a incentivar a criatividade) que favorece a coprodução de serviços públicos e seus respectivos impactos (inovação para o desenvolvimento econômico territorial), que é uma lacuna teórica da literatura. Ademais, os apontamentos deste artigo mostram que a coprodução é uma prática que alavanca a inovação no setor público e por isso deve ser praticada na gestão pública, reforçando assim o compromisso institucional assumido pelas cidades criativas – de mobilizar a inovação para o desenvolvimento territorial, por meio do turismo e da cultura.

**Palavras-chave:** coprodução de serviços públicos; inovação no setor público; cidades criativas; teoria da localização; turismo criativo.