



Encontro Internacional de  
**TERRITÓRIOS CRIATIVOS**  
para o desenvolvimento sustentável

Clarissa Stefani Teixeira  
Fabiane Frois B Weiler

**VIA**  
Estação Conhecimento





Encontro Internacional de  
**TERRITÓRIOS CRIATIVOS**  
para o desenvolvimento sustentável

Clarissa Stefani Teixeira

Fabiane Frois B Weiler



VIA ESTAÇÃO CONHECIMENTO

São Paulo

2022



I Encontro Internacional de  
**TERRITÓRIOS CRIATIVOS**  
para o desenvolvimento sustentável

**Autores**

Clarissa Stefani Teixeira

Fabiane Frois B Weiler

**Diagramação**

Mariana Barardi / Javier Venegas

Milena Maredmi Corrêa Teixeira CRB/SC 14/1477

T266e

I Encontro Internacional De Territórios Criativos Para o Desenvolvimento  
Sustentável / Clarissa Stefani Teixeira; Fabiane Frois B Weiler. –

São Paulo: Perse.

288p.: il.; 2022

Disponível em: < <http://via.ufsc.br/> >

ISBN 978-65-5879-267-3

1. Territórios Criativos. 2. Distrito Criativo. I. Teixeira. Clarissa Stefani. II.  
Weiler, Fabiane Frois B. III. Via Estação Conhecimento.

CDU: 331.102.312+ 35.071.55 (81)



Permitido que se façam download e os compartilhem desde que atribuam crédito ao autor, mas sem que possam alterá-los de nenhuma forma ou utilizá-los para fins comerciais.

[www.via.ufsc.br](http://www.via.ufsc.br)

## CORPO EDITORIAL

Dr. Alexandre Augusto Biz – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Dr. Adriano Wagner – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha – Campus Santa Rosa (IFFar)

Dr. Celson Pantoja Lima – Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA)

Dr. Irineu Afonso Frey – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Dr. Jorge Audy – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Dr. José Roberto Branco Ramos Filho – Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA)

Dr. Juliano Pacheco – Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC)

Dr. Julio Monteiro Teixeira – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Dr. Luiz Ricardo Souza – Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Dr. Marcio Vieira de Souza – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Dr. Márcio Roberto Machado da Silva – Universidade Federal do Rio Grande (FURG)

Dr. Rosinei Sousa Oliveira – Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA)

Dr. Silon Junior Procah da Silva – Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Dr. Roberto Amaral – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

# Sumário

Apresentação	09
Prefácio	11
1 Perspectiva global da Rede de Cidades Criativas Unesco	15
Jennifer Reichert Thiago Berlim Clarissa S Teixeira Alexandre Biz	
2 Governança e exequibilidade da Agenda 2030: uma análise das cidades criativas da gastronomia do Brasil	35
Magnus Emmendoerfer Yuri dos Santos Elias Mediotte Alessandro da Silva	
3 Regeneração urbana e inovação social: um estudo de caso no Distrito Criativo de Porto Alegre-Rio Grande do Sul/BR	61
Yohani Dominik Figueiredo Marcia Prim Gertrudes Dandolini	

4 Economia criativa em Alagoas: uma análise do mercado e da criatividade setorial	96
Francisco Rosário Débora Lima Gilson de Castro	
5 Tecnologias sociais como alternativas para melhores condições de vida nas comunidades em vulnerabilidade social	120
Tieli Vargas de Almeida Mary Sandra Ashton João Batista Mossman Vânia Giseli Bessi	
6 Indústrias criativas e culturais e o ecossistema XR no Brasil	141
Ines Maciel Alessandra Meleiro	
7 Dos territórios criativos à cena cultural: uma alternativa teórico-metodológica	163
Mariella Pitombo	
8 Música de concerto como política pública na Bahia – desenvolvimento humano e social de jovens do Neggijiba	186
Rayme Soares Cristiano Figueiró	

9 Empreendedorismo de negros e mulheres  
no Distrito Criativo do Pelourinho: tecnologia social  
com base na Lei Estadual 13.208 de 2014 201

José C Rocha  
Luiz Rocha  
Denise Freitas  
Heitor Pinho

10 Territórios criativos em formação:  
case Maceió/AL 221

Altamir Lima  
Danisson Reis  
Débora Lima  
Jamilla Almeida

11 A conectividade dos espaços livres através da  
Trama Verde-Azul na cidade de Aimorés – MG 243

Mariana Bello  
Renata Simões

12 Processos criativos de inovação social:  
análise das práticas em empresas 261

Fernanda Hack  
Cristiano Pinheiro  
Mary Sandra Ashton

# Apresentação

O desenvolvimento é o propósito da humanidade e a cultura a vitalidade para a construção e consolidação de territórios inclusivos em âmbito global. Esta frase, justifica o ano de 2021 ser escolhido pela Unesco para homenagear em nível internacional a economia criativa. Para contribuir com essa homenagem, este livro representa uma das ações originadas através do evento Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável ocorrido entre 18 e 19 de novembro de 2021 concebido para apoiar as discussões sobre o tema da economia criativa e os objetivos do desenvolvimento sustentável da Organização das Nações Unidas.

O evento online teve a participação de representantes de instituições governamentais, não-governamentais, pesquisadores e empreendedores de diferentes partes do mundo que trouxeram suas experiências, olhares e percepções que contribuíram para uma visão mais ampla em torno das possibilidades de soluções construídas através da cultura no território. Deixa-se também, como legado do evento TCDS uma seleção de trabalhos materializados neste livro com pesquisas produzidas e originadas sob distintas territorialidades da economia criativa.

Os desafios existentes e aqueles impostos pela Pandemia do Covid 19 exigiram a reinvenção da cultura através da força de trabalho criativa e cultural,

que perderam ou realocaram seus espaços de fazer cultura, de instituições e Governos com a necessidade de novas perspectivas de políticas públicas. Este contexto abre novas premissas e a necessidade de construir uma agenda de ações e iniciativas para a manutenção das forças da economia criativa e da cultura em favor de uma sociedade mais justa.

Neste sentido, a função basilar, na proposição da organização deste livro é direcionar temas e discussões que se alinhem às demandas de formulação de políticas, na abrangência territorial da cultura e a importância de identificar as particularidades da economia criativa local com o fim de harmonizá-la com outras esferas de políticas sociais e econômicas potencializadoras dos recursos disponíveis para as pessoas e as instituições.

Nos doze capítulos subsequentes apresentam-se pesquisas elaboradas por investigadores de distintas origens institucionais no Brasil orientadas pelo campo da economia criativa e do desenvolvimento. Com vistas a ampliar as alternativas e escolhas da sociedade através da cultura em harmonia com dimensões como as da sustentabilidade, governança, solidariedade, redes e políticas públicas e desenvolvimento urbano.

Em cada capítulo uma inspiração para a transformação de territórios criativos para o desenvolvimento sustentável.

Desejamos uma ótima leitura.

Nossos agradecimentos!

Organizadoras:

**Dra. Clarissa Stefani Teixeira**

**Dra. Fabiane Frois B. Weiler**

# Prefácio

**João Luiz de Figueiredo**

O último quarto do século XX marca um período de profundas transformações econômicas, políticas e sociais no mundo, de modo que o modelo de desenvolvimento, como sinônimo de industrialização, passou a ser amplamente questionado em diversos fóruns acadêmicos e políticos. Questionava-se a sustentabilidade do modelo de desenvolvimento diante das evidências de suas inequidades e do crescimento de problemas ambientais. Em outras palavras, criticava-se a primazia da dimensão econômica do desenvolvimento sobre as demais, como a social e a ambiental.

Alguns anos a frente, entre o final do século XX e o início do XXI, o aprofundamento do processo de globalização por meio de uma nova rodada de compressão espaço-tempo, como bem explica o geógrafo David Harvey em seu livro “Condição Pós-Moderna”, resultou na integração das cadeias de valor globais e permitiu ao capital produtivo e financeiro ampliar a mobilidade espacial em busca da redução dos custos, de modo que cidades, estados e países passaram a competir globalmente pela atração de investimentos externos. É nesse contexto, de forte competição global, que as especificidades culturais e a capacidade criativa e inovativa se tornaram elementos de diferenciação dos territórios e de potencialização do seu dinamismo econômico. Não por acaso, o consultor Charles Landry, em seu livro “The Creative City”, menciona que a criatividade se

tornou o insumo fundamental do desenvolvimento em substituição ao carvão e ao minério, ao passo que o economista Pierre Veltz, no livro “Mondialisation, villes et territoires” afirma que a globalização, em decorrência da ganhos de eficiência das redes de transporte globais, criou um efeito paradoxal de valorizar tudo aquilo que não é possível de ser transportado, isto é, a cultura.

Neste livro que apresenta artigos integrantes do “Encontro Internacional de Territórios Criativos para o Desenvolvimento Sustentável”, encontramos a essência do debate acima apresentado, porém atualizado para os tempos atuais e, sobretudo, voltado para a análise da realidade brasileira. Não se trata de uma tarefa fácil, mas as organizadoras desta obra, Clarissa Stefani Teixeira e Fabiane Frois B. Weiler, conseguiram selecionar trabalhos capazes de nos fazer pensar sobre a relação entre cultura e economia; a dimensão territorial do desenvolvimento; e as potencialidades das atividades culturais e criativas como indutoras do desenvolvimento sustentável. Tudo isso com riqueza de informações e forte embasamento conceitual e metodológico.

O livro se inicia com um panorama importante sobre a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, no capítulo “Perspectiva global da Rede de Cidades Criativas Unesco” de Jennifer Reichert, Thiago Berlim, Clarissa S. Teixeira e Alexandre Biz. Na sequência, Magnus Emmendoerfer, Yuri dos Santos, Elias Mediotte e Alessandro da Silva escrevem o capítulo “Governança e exequibilidade da Agenda 2030: uma análise das cidades criativas da gastronomia do Brasil” em que tratam dos desafios da governança territorial no cumprimento da Agenda 2030, relacionada aos objetivos do desenvolvimento sustentável.

Os capítulos “Regeneração urbana e inovação social: um estudo de caso no Distrito Criativo de Porto Alegre–Rio Grande do Sul/BR”, de Yohani Dominik Figueiredo, Marcia Prim e Gertrudes Dandolini; “Economia criativa em Alagoas: uma análise do mercado e da criatividade setorial”, de Francisco

Rosário, Débora Lima e Gilson de Castro; “Territórios criativos em formação: case Maceió/AL”, de Altamir Lima, Danisson Reis, Débora Lima e Jamilla Almeida, dedicam-se em linhas gerais ao debate sobre a relação entre cultura, criatividade e território no contexto em que a economia criativa se apresenta como indutora do desenvolvimento.

O capítulo “Dos territórios criativos à cena cultural: uma alternativa teórico-metodológica”, de Mariella Pitombo, provoca-nos a repensar os modelos teóricos de análise em função da realidade da produção cultural brasileira ser bastante dispare das dinâmicas produtivas culturais dos países desenvolvidos.

Mariana Bello e Renata Simões, por sua vez, no capítulo “A conectividade dos espaços livres através da Trama Verde-Azul na cidade de Aimorés – MG”, trazem uma importante reflexão sobre o potencial do planejamento urbano sustentável, que delineado pelas características ambientais pode produzir espaços verdes dentro das cidades, ampliando a qualidade do espaço público.

Ines Maciel e Alessandra Meleiro, no capítulo “Indústrias criativas e culturais e o ecossistema XR no Brasil”, analisam o ecossistema brasileiro de realidade estendida no Brasil com vistas a reconhecê-lo como um cluster de inovação que se beneficiaria de políticas integradoras entre governo, mercado e academia.

Os capítulos “Música de concerto como política pública na Bahia – desenvolvimento humano e social de jovens do Negojiba”, de Rayme Soares e Cristiano Figueiró; e “Empreendedorismo de negros e mulheres no Distrito Criativo do Pelourinho: tecnologia social com base na Lei Estadual 13.208 de 2014”, de José C Rocha, Luiz Rocha, Denise Freitas e Heitor Pinho, nos trazem duas reflexões sobre casos de políticas públicas aplicadas no estado da Bahia voltadas a promoção da cultura e do empreendedorismo como elementos do desenvolvimento.

Os artigos “Tecnologias sociais como alternativas para melhores condições de vida nas comunidades em vulnerabilidade social”, de Tieli Vargas de Almeida, Mary Sandra Ashton, João Batista Mossman e Vânia Giseli Bessi; e “Processos criativos de inovação social: análise das práticas em empresas”, de Fernanda Hack, Cristiano Pinheiro e Mary Sandra Ashton, tratam de processos de inovação social e do desenvolvimento de tecnologias sociais como instrumentos de promoção de melhor qualidade de vida e de solução de problemas enfrentados por determinados grupos sociais.

Alinhado a identidade da Via Estação Conhecimento, destaca-se a capacidade deste livro em difundir conhecimento aplicável e com potencial para geração de impacto na sociedade. É um material de interesse para estudiosos do tema, mas também para profissionais do mercado e formuladores de políticas públicas, que encontram aqui valiosas reflexões para o enfrentamento dos desafios relacionados ao desenvolvimento sustentável e para o fortalecimento dos territórios criativos. Certamente uma fonte para que sigamos na busca de um país em que a cultura e a liberdade sejam os motores de um modelo de desenvolvimento mais justo socialmente e responsável ambientalmente.

# Perspectiva global da rede de cidades criativas UNESCO

## **JENNIFER RIBAS REICHERT**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)  
jenniferribasreichert@gmail.com

## **THIAGO LUIZ BERLIM**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)  
thiagoberlim@gmail.com

## **CLARISSA STEFANI TEIXEIRA**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)  
clastefani@gmail.com

## **ALEXANDRE AUGUSTO BIZ**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)  
alexandre.biz@ufsc.br

# Perspectiva global da rede de cidades criativas UNESCO

## 1 Introdução

Espaços urbanos reúnem diferentes atores com interesses em um mesmo ambiente, que juntos enfrentam desafios em diversos aspectos, como político, social, cultural, econômico e ambiental. Porém, estes desafios também podem ser a origem de soluções e projetos que melhorem este espaço (Zanella et al., 2020). A colaboração é o segredo para o desenvolvimento de cidades, o apoio ao crescimento em um ambiente aberto, inclusivo e colaborativo é essencial. Para isto, o local requer a cooperação entre os setores privados, públicos e sociedade civil (Ling & Martins, 2015; Laitinen et al., 2016; Mora et al., 2018).

Nesse contexto, as áreas urbanas se tornaram fonte para o surgimento de novas estratégias, políticas e iniciativas para tornar a cultura e a criatividade um motor para o desenvolvimento sustentável, da recuperação de espaços urbanos, da inovação, da promoção social e do bem-estar da população, além do crescimento urbano (Pratt, 2008; D'Ovidio & Cossu, 2015; Nohara et al., 2016).

Sabe-se que a cultura e a criatividade são melhor percebidas e experienciadas em um nível local, portanto, é através do fomento a indústrias cul-

turais, promovendo a participação cidadã e abordando a esfera pública a partir da perspectiva de cooperação com organizações privadas e sociedade civil, que o poder público pode fazer a diferença para um desenvolvimento urbano mais sustentável e aderente às necessidades da população Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2021a).

A economia criativa é influenciada pela tecnologia e comunicação, onde as novas tecnologias criam oportunidades para o setor criativo (Howkins, 2007). A criatividade abrange hábitos mentais e padrões de comportamentos, desde a cultura de trabalho, como os atores econômicos são vistos e também molda identidades, influenciando na criação de novos ambientes de trabalho e estilos de vida (Florida, 2012). No centro da criatividade estão pessoas e organizações criativas, quando estas se unem em um local, formam um ambiente criativo.

O presente estudo parte de um balizamento conceitual acerca das definições de Cidades Criativas e sobre o funcionamento da Rede Cidades Criativas Unesco, bem como seu modelo de gestão e atração de novas cidades-membro. Propõe-se a analisar as informações contidas no sítio oficial da Rede referente às suas cidades-membro, buscando entender como é a distribuição geográfica das cidades e compreender o contexto global. Entende-se que este estudo se diferencia dos demais existentes por considerar as Cidades Criativas da Rede em sua totalidade, não limitando-se a estudar uma única cidade, país ou amostra. Como resultado, espera-se ainda apresentar um panorama geral sobre a evolução da procura pelas cidades em integrar a Rede.

## 2 Referencial teórico

### 2.1 Cidades criativas

Atualmente, as cidades abrigam mais da metade da população mundial e são responsáveis por 75% de sua atividade econômica (UNESCO, 2021a). Com o crescimento populacional, o aumento dos problemas ambientais e a dificuldade em planejar e gerenciar os ambientes urbanos, introduziu-se à pauta discussões sobre a importância de reorganizar as cidades e a implementar estratégias de gestão eficientes e sustentáveis nas agendas públicas (Leite, 2012). O conceito de cidades criativas surgiu nos anos 1980 a partir de estudos de tendências emergentes e foi visto como um conceito aspiracional que encorajava a mentalidade aberta e a imaginação. Acreditava-se que as condições precisavam ser criadas para que as pessoas pudessem pensar, planejar e aplicar sua criatividade na resolução de problemas vistos como sem solução, partindo do pressuposto que pessoas comuns poderiam fazer coisas impossíveis acontecerem se tivessem a oportunidade. Assim, na cidade criativa, a criatividade pode vir de qualquer fonte e não é exclusiva de artistas, qualquer pessoa pode ser criativa (Landry, 2008; Rodrigues & Franco, 2020).

Nos últimos anos, diversas cidades se adaptaram ao modelo de economia criativa, como: Barcelona, Dublin, Santos, Sydney, Glasgow, Rotterdam, Curitiba, Lisboa, entre outras (Lawton & Redmond, 2010; Cretella & Buenger, 2015; Patricio & Rius-Ulldemolins, 2017; Makiuchi, 2020; Costa, 2021). Os principais atores desses locais que apresentam este crescimento compartilham de algumas habilidades, entre elas, mente aberta, disposição para correr riscos, foco claro em objetivos a longo prazo, capacidade em trabalhar com lugares diferentes, vontade de ouvir e aprender e capacidade encontrar forças nas fraquezas encontradas (Lash & Urry, 1994; Scott, 1997; Landry, 2008).

Existem diversas condições para que uma cidade seja criativa. Landry (2008) defende que existem pelo menos sete grupos de fatores que devem ser desenvolvidos: qualidades pessoais; liderança; diversidade e talentos variados; cultura organizacional; identidade local; espaços e instalações urbanas; e rede de contatos dinâmica. As cidades ainda podem ser criativas sem algum destes fatores, porém, elas terão melhores resultados quando todos estiverem presentes.

Nas cidades criativas e espaços com economia criativa, negócios com foco no capital intelectual, cultural e criativo têm destaque, como literatura, gastronomia e artes. Estes ambientes são abertos a novas experiências e proporcionam interação entre agentes sociais, culturais e econômicos. Nestas cidades, inovação, cultura e conexão são os principais ativos na criação de valor (Wittmann, 2020).

Observa-se um equilíbrio entre o sistema produtivo e o ambiente cultural urbano nas cidades que possuem grandes grupos de trabalhadores criativos em diferentes setores. Em um cenário ideal, cada lado dessa dualidade aprimora e potencializa o outro e, juntos, formam um importante alicerce da cidade criativa (Bank et al., 2000; Scott, 2010).

## 2.2 Rede de Cidades Criativas da UNESCO

O compartilhamento de experiências e conhecimentos são essenciais para tornar a criatividade um propulsor do desenvolvimento urbano, promovendo a criação de novas soluções para desafios comuns. A Rede de Cidades Criativas da Unesco possibilita que cidades utilizem processos de aprendizagem e criem projetos colaborativos de forma que permitam capitalizar seus ativos criativos,

além de usá-los para construir um desenvolvimento sustentável, inclusivo e equilibrado nas áreas econômica, cultural, ambiental e social (García, 2017; UNESCO, 2021a).

A Rede de Cidades Criativas Unesco foi criada em 2004 para promover a cooperação entre cidades do mundo todo que investem em cultura e criatividade como propulsoras do desenvolvimento urbano sustentável. As cidades que fazem parte da Rede vêm de todos os continentes e regiões, possuindo diferentes níveis de renda e população, sua missão é inserir a criatividade e indústrias criativas no centro de planos de desenvolvimento urbano, para torná-las mais seguras, resilientes, inclusivas e sustentáveis, conforme acordo com a Agenda 2030 (Rosi, 2014; UNESCO, 2021b).

Para ser reconhecida como Cidade Criativa Unesco, a cidade deverá passar por uma seleção com avaliação interna e externa de avaliadores independentes enviados pela Unesco. A aprovação reconhece a qualidade, relevância e viabilidade da estratégia e plano de ação propostos para a cidade. A partir do ano de 2019, a chamada para inscrições passou a aceitar no máximo duas novas cidades por país, sendo estas, em dois campos criativos diferentes. Em contrapartida, as candidaturas por regiões sub-representadas pela rede são incentivadas para estabelecer um equilíbrio geográfico, principalmente entre cidades de países em desenvolvimento (Alves, 2018, UNESCO, 2021b).

Anualmente é realizada a Conferência Anual da Rede de Cidades Criativas onde todas as cidades membro são convidadas a participar. A conferência tem como objetivo atualizar as informações sobre as atividades realizadas pelas cidades, determinar a estratégia e operações da Rede, promover o diálogo entre as Cidades Criativas. A cidade de Santos, no estado de São Paulo, iria receber a edição da Conferência anual de 2020, porém, ela foi adiada por conta da pandemia do covid-19 (UNESCO, 2021c). Até o momento, no mundo todo existem 246 Cidades Criativas Unesco. (UNESCO, 2021d).

### 3 Procedimentos metodológicos

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa documental, de acordo com Gil (2002), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica está no fato dela permitir uma cobertura muito mais ampla dos fatos, do que poderia ser pesquisado diretamente. Considerando que documentos constituem uma rica e estável fonte de dados, ela é essencial para estudos de natureza históricos.

Para a realização desta pesquisa, foram analisados os documentos dispostos no sítio oficial da Rede de Cidades Criativas Unesco, a fim de reunir as informações existentes a seu respeito. As informações extraídas destes documentos foram transformadas em dados quantitativos, de forma que seja possível obter algumas informações estatísticas de acordo com suas classificações e distribuições.

Com a finalidade de localizar outras pesquisas que já tenham sido realizadas sobre a Rede de Cidades Criativas Unesco e que pudessem agregar mais informações a este estudo, realizou-se uma revisão integrativa de literatura. Uma revisão de literatura é um método de pesquisa sistemático, explícito e reproduzível que busca identificar, avaliar e condensar os trabalhos existentes na literatura (Fink, 2014).

É um método que resume a literatura empírica ou teórica para fornecer uma compreensão mais abrangente de um determinado fenômeno ou problema (Broome, 1993).

Através da metodologia proposta por Whittemore e Knafl (2005) a realização da revisão integrativa da literatura se divide em quatro fases: [fase 1] identificação do problema; [fase 2] busca na literatura; [fase 3] avaliação dos dados; e [fase 4] análise dos dados. Como critérios de inclusão, definiu-se que o artigo deve abordar a Rede Cidades Criativas UNESCO e que estejam publicados português, inglês ou espanhol. Como critérios de exclusão, optou-se por excluir

da amostra artigos que estejam segmentados para apenas uma cidade ou região que fazem parte da Rede e que não estivessem publicados nos idiomas anteriormente citados.

A busca se deu na base de dados internacional EBSCO, por conta desta ser uma base com um vasto acervo de publicações científicas. A palavra-chave usada nas buscas foi “Cidades Criativas Unesco”, também buscando sua variação em inglês “Unesco Creative Cities”.

A partir dos critérios definidos, chegamos ao número de 62 artigos, destes, 51 estavam nos idiomas selecionados e 15 tratavam sobre a Rede de Cidades Criativas UNESCO, sendo estes publicados entre o período de 2013 e 2020, entretanto, não consideravam a Rede em sua totalidade, abordando apenas cidades ou regiões isoladas. Desta forma, não foram encontrados artigos que pudessem contribuir com este estudo em relação ao desenvolvimento e crescimento da Rede de Cidades Criativas Unesco

### 3.1 Universo pesquisado

Ao todo, foram analisadas informações de 246 cidades, presentes em 84 países e 5 continentes (América, África, Ásia, Europa e Oceania). Estes dados compreendem 100% das cidades-membro da Rede até o momento da realização deste estudo.

Como processo metodológico, foi realizado a análise das informações disponíveis no sítio oficial da Rede de Cidades Criativas da Unesco e em sítios oficiais das cidades mapeadas, de forma quantitativa e descritiva, levantando assim os dados de geolocalização, a evolução no número de cidades ao longo tempo e a classificação de cada uma das cidades criativas participantes da rede. Como objetivo, esse estudo elaborou um levantamento de informações, a fim de obter uma análise geral do contexto das cidades criativas e de seus arranjos.

## 4 Resultados e discussões

### 4.1 Contexto global

Como ponto de partida, realizou-se a listagem de todas as cidades-membro da Rede, classificando-as com base em seu país, continente e categoria. Ao todo, foram contabilizadas 246 cidades, em 84 países e cinco continentes. Na Tabela 1, pode-se visualizar o ranking com os 15 países com mais cidades participantes da Rede.

Na Tabela 1, percebe-se a predominância por países do continente europeu, além da ausência de países africanos, que aparecem no ranking apenas após a 20ª posição. Outro ponto de destaque é o Brasil, empatado com a Coreia do Sul em terceiro lugar, ficando atrás apenas da Itália e China. A Figura 1 apresenta um mapa de calor da distribuição geográfica das cidades que fazem parte da Rede.

**Figura 1 – Mapa de calor da distribuição das cidades-membro da Rede Cidades Criativas.**



Fonte: Elaborado pelos autores.

**Tabela 1 – Ranking dos países com mais Cidades-Membro da Rede Cidades Criativas.**

País	Continente	Número de Cidades
China	Ásia	14
Itália	Europa	11
Brasil	América	10
Coréia do Sul	Ásia	10
Espanha	Europa	9
Estados Unidos	América	9
Inglaterra	Europa	9
Japão	Ásia	9
México	América	8
Portugal	Europa	7
Alemanha	Europa	6
Austrália	Oceania	6
Colômbia	América	6
França	Europa	6
Turquia	Ásia	6

Nota: São apresentados nesta tabela apenas os 15 primeiros colocados.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir da observação da Figura 1, evidencia-se a maior concentração de cidades participantes nos países europeus, na região do oriente médio e no litoral leste asiático. Para ter um panorama geral da distribuição das cidades, a Tabela 2 apresenta as cidades agrupadas por continentes.

A Tabela 2 permite observar que a Europa concentra mais de 35% das cidades criativas da Rede, seguido pelo continente asiático e posteriormente pelo americano, reforçando a distribuição apresentada na Figura 1. Para com-

**Tabela 2 – Distribuição de cidades criativas por continente.**

Continente	Número de Cidades	Número de Países
África	16	10
América	56	20
Ásia	71	22
Europa	90	29
Oceania	12	3
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>84</b>

Fonte: Elaborado pelos autores.

preender um pouco melhor a distribuição das cidades criativas, classificou-se a quantidade de cidades por continente versus categoria de cidade, como é possível verificar na Tabela 3.

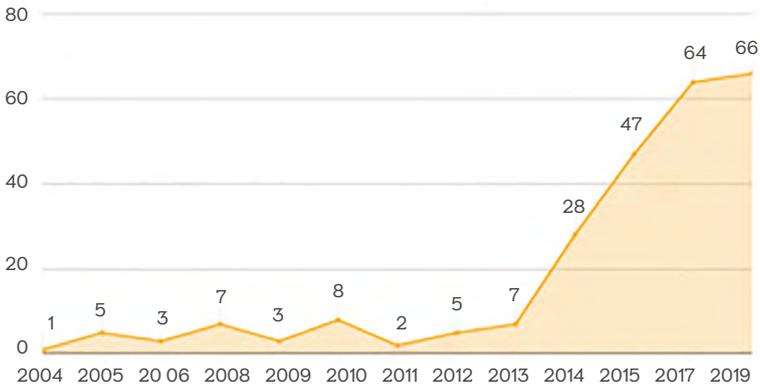
**Tabela 3 – Distribuição de cidades criativas por categoria da rede e continente.**

Categoria	Número de Cidades					
	África	América	Ásia	Europa	Oceania	Total
Artes Visuais	1	4	4	8	0	17
Artesanato e Arte Popular	8	11	19	9	2	49
Cinema	0	1	4	11	2	18
Design	1	10	16	11	2	40
Gastronomia	1	14	13	7	1	36
Literatura	1	4	7	25	2	39
Música	4	12	9	19	3	47
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>56</b>	<b>72</b>	<b>90</b>	<b>12</b>	<b>246</b>

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base na Tabela 3 podemos observar a predominância de Cidades de Artesanato e Arte Popular, seguida pela Música. As categorias com menor número de cidades são Artes Visuais e Cinema, que juntas representam pouco mais de 13% das cidades. Na Figura 2, é possível acompanhar o crescimento do número de cidades-membro com o avançar dos anos.

**Figura 2 – Crescimento das cidades-membro por ano.**



Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base na Figura 2, é possível visualizar um maior aumento das cidades participantes da Rede a partir de 2014, até chegar no valor atual de 246 cidades-membro. E, por fim, para ter uma melhor visualização da distribuição geográfica das cidades, as mesmas foram geoposicionadas conforme Figura 3.

Na Figura 3, as cidades-membros estão divididas em cores com base em sua categoria de cidade criativa. Artes Visuais estão representadas em roxo, Artesanato e Arte Popular em laranja, Cinema em azul escuro, Design em amarelo, Gastronomia em verde, literatura em azul e música em rosa.

**Figura 1 – Mapa de calor da distribuição das cidades-membro da Rede Cidades Criativas.**



Fonte: [http://bit.ly/Cidades\\_CriativasUNESCO](http://bit.ly/Cidades_CriativasUNESCO)

## 4.2 Discussão

A partir da análise das 246 cidades que fazem parte da Rede de Cidades Criativas Unesco, percebe-se que, em sua maioria, são cidades que fazem parte da União Europeia. Dentre os países que mais possuem cidades-membro estão China, com 14 cidades, Itália com 11 e Brasil e Coreia do Sul empatados com 10 cidades cada. Para o cenário brasileiro, pode-se entender isto como um indicador ao fortalecimento da economia criativa em seu território, o que se confirma através do estudo de Britto (2016), que apontou um crescimento de 90% no setor criativo entre os anos de 2004 e 2013. Além das dez cidades já chance-

ladas, o país possui diversas outras que são potenciais integrantes da Rede para os próximos anos.

Dentre as categorias de cidades criativas, Artesanato e Arte Popular e Música são as que mais se destacam no parâmetro geral, contudo, ao considerar os continentes isoladamente, é possível ver algumas mudanças de cenário. No continente africano destaca-se o artesanato e arte popular, seguido pela música. Na América, a gastronomia, música, artesanato e arte popular e o design possuem uma quantidade de cidades muito próximas. A Ásia destaca-se pelo artesanato e arte popular, seguindo pelo design e gastronomia. A Europa concentra-se principalmente na literatura e música. Enquanto a Oceania não apresenta ainda uma vocação definida. Desta forma, apesar de existirem alguns pontos de convergência entre categorias de cidades criativas mais populares, cada região apresenta também aspectos particulares, não sendo sua distribuição global uniforme.

Ao observar a Figura 2, percebe-se que a Rede passou a ter mais relevância a partir de 2014, quando aumentou significativamente a quantidade de cidades-membro. E, ao analisar a distribuição geográfica nas Figuras 1 e 3, percebe-se que a Europa e o Leste Asiático possuem uma grande quantidade de cidades-membro, enquanto no norte da Ásia e África existem poucas. No continente americano há alguns pontos com grande concentração de cidades, como é possível ver na região próxima à América Central, enquanto em outros locais há poucos pontos, como no Canadá e no norte do Brasil.

Por fim, buscou-se identificar algum fator em comum entre as cidades-membros, alguma característica que poderia indicar o que as cidades que fazem parte da Rede possuem que as tornem mais propensas a ser uma cidade criativa e, com isto, identificou-se que, em geral, os países que possuem mais cidades criativas, também possuem um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) mais elevado. O IDH é uma medida que visa apresentar aspectos de qualidade de

vida e não apenas de crescimento econômico. O índice é obtido através de três parâmetros essenciais: renda, educação e saúde (PNUD, 2021).

Britto (2016) ressalta que políticas públicas que apoiam a economia criativa e inovação são orientadas a redução de desigualdades econômicas e sociais em seu território, ponto que está diretamente relacionado à qualidade de vida. Em contrapartida, Rosi (2014) aponta que as cidades possuem potenciais contraditórios, habitações de alto padrão versus favelas, integração versus segregação, crescimento sustentável versus crescimento desenfreado.

A relação entre cultura e desenvolvimento só foi reconhecida a partir da década de 1960. Alguns documentos reconhecem esta relação: Documento final da Cúpula Mundial de 2005 e 2010; Documento Final da Conferência Rio + 20; Declaração Final de Cultura do Congresso Internacional; Relatório de Economia Criativa PNUD (UNESCO, 2013; Rosi, 2014).

## 4 Conclusões

Uma rede de cidades criativas, como a fomentada pela Unesco, é um respiro em meio ao crescimento acelerado das cidades e a processos como o de gentrificação, que são potencializados ainda mais pelo ritmo das cidades e pelo avanço da tecnologia. Ainda que o arranjo da relação entre o IDH dos países e a presença de cidades criativas não esteja totalmente claro, é evidente que adotar uma postura que favoreça o surgimento de um ecossistema criativo contribui, sim, para o seu desenvolvimento enquanto nação. O papel da Unesco em criar a Rede e proporcionar momentos de troca entre as cidades é fundamental para que se encontre um ponto de equilíbrio entre o desenvolvimento econômico e a humanização das cidades.

Com o estudo, foi possível constatar um aumento gradual de cidades criativas em países em desenvolvimento, com destaque para o Brasil que figura na terceira colocação do ranking de países com o maior número de cidades. O continente africano também vem reforçando sua presença na rede, que ainda pode ser considerada pequena, levando-se em conta sua extensão territorial, mas é significativa, pois reforça cada vez mais a presença da Rede de Cidades Criativas Unesco em todo o território global.

Percebeu-se também uma inconsistência quanto ao número de cidades esperados para alguns países, como a Rússia, Canadá e Índia, que são alguns dos maiores países em extensão e não apresentaram tantas cidades criativas como a Itália, por exemplo, que é muito menor em território, mas que possui até então 11 cidades participantes da Rede. Nesta linha, observou-se que grande parte dos países que contam com mais cidades criativas, são países com extensões territoriais menores.

Por fim, há de se reforçar o seguinte: “Uma cidade criativa não pode ser fundada como uma catedral no deserto: ela precisa estar ligada e fazer parte de um ambiente cultural existente. Precisamos avaliar interdependências complexas, e não simplesmente usar uma para explorar a outra” (Pratt, 2008).

## 5 Referências bibliográficas

AAlves, P. (2018). Strategies for sustainable development of the UNESCO Creative Cities: conclusions from the XI UCCN Annual Meeting (2017). In García, FG; Taborda, EH. (Coord.). Actas – VI Congreso Internacional de Ciudades Creativas. Madrid: ICONO 14, 61-75.

Banks, M, Lovatt, A, O'Connor, J, & Raffo, C. (2000). Risk and trust in the cultural industries. *Geoforum*, 31(4): 453-464. [https://doi.org/10.1016/s0016-7185\(00\)00008-7](https://doi.org/10.1016/s0016-7185(00)00008-7).

Britto, J. (2016). A Regional perspective of the creative economy in Brazil. *Revista de Economia Contemporânea*, 20(3), 458-491. <https://doi.org/10.1590/198055272034>.

Broome ME. (1993). Integrative literature reviews for the development of concepts. *Concept Development*. In (org.) Rodgers, BL. & Knafl, KA. *Nursing*. 2. ed. Philadelphia, PA: WB Saunders Co., 231-250.

Costa, D. (2021). Lisboa cidade criativa: preparação de uma candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.21/5700>. Acesso em 13 fevereiro.

Cretella, A, & Buenger, M. (2016). Food as creative city politics in the city of Rotterdam. *Cities*, 51, 1-10. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.cities>. Acesso em 01 dezembro 2015.

D'Ovidio, M, & Cossu, A. (2015). Culture is reclaiming the creative city: The case of Macao in Milan. *City: Culture and Society, Italy*.

Fink, A. (2014). *Conducting research literature reviews: from the Internet to paper*. SAGE, Thousand Oaks, California.

Florida, R. (2012). *Rise of the creative class – Revisited*. 1. ed. New York: Basic Books.

García, AM, & CICS. (2017). *Tourism and History. Portugal: UNESCO Creative Cities Network*. CICS. *Tourism and History, World Heritage – Case Studies of Ibero-American*. Ebook publications. Space, 523-545.

GIL, AC. (2002). Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas.

Hawkins, J. (2007). The creative economy: How people make money from ideas. 1. ed. London: Penguin Books.

Landry, C. (2008). The creative city. 2. ed. London: Earthscan.

Laitinen, I, Osborne, M, & Stenvall, J. (2016). Complex regional innovation networks and HEI engagement – the case of Chicago. International Journal of Knowledge-Based Development, 7(2), 184. <https://doi.org/10.1504/ijkbd.2016.076462>.

Lash, S, & Urry, J. (1994). Economies of signs and space. Sage, London.

Lawton, P, Murphy, E & Redmond, D. (2010). Examining the role of creative class ideas in urban and economic policy formation: the case of Dublin, Ireland. International Journal of Knowledge-Based Development, 1(4): 267. <https://doi.org/10.1504/ijkbd.2010.038039>

Leite, C. (2012). Cidades sustentáveis, cidades inteligentes: desenvolvimento sustentável num planeta urbano. Porto Alegre: Bookman.

Ling, S, & Martins, JT. (2015). Learning and innovation in network: Online communicative practices of a local enterprise partnership sector group. Regional Studies, Regional Science, 2(1): 170–183.

Mora, L, Deakin, M & Reid, A. (2018) Strategic principles for smart city development: A multiple case study analysis of European best practices. Technological Forecasting & Social Change, (142): 70–97.

Nohara, T, Okamura, Y & Kawabara, S. (2016). Research for a comprehensive and active planning method in an industrial-residential mixed area focused on ota

creative town vision in Ota Ward, Tokyo. *Planning Malaysia Journal*, 14(4): 171. <https://doi.org/10.21837/pm.v14i4.171>.

Mulero, MP, & Ulldemolins, JR. (2017). From creative city to generative governance of the cultural policy system? The case of Barcelona's candidature as UNESCO City of Literature. *City, Culture and Society*, 10, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.05.001>.

Paula, I, & Makiuchi, M. (2020). Santos Cidade Criativa do Cinema: a experiência de (trans) formação urbana e cidadã do Cinescola Querô. *Políticas Culturais em Revista*, 13(2): 264. <https://doi.org/10.9771/pcr.v13i2.33298>.

Pratt, A. (2008). Creative cities? *Urban Design Journal*, (106): 35. Disponível em: [https://www.udg.org.uk/sites/default/files/publications/UD106\\_low.pdf](https://www.udg.org.uk/sites/default/files/publications/UD106_low.pdf). Acesso em 14 janeiro.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. (2021). IDH. Disponível em: < <https://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0.html>>. Acesso em 22 janeiro 2021.

Rodrigues, M, & Franco, M. (2020). Networks and performance of creative cities: A bibliometric analysis. *City, Culture and Society*, (20): 100326. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2019.100326>.

Rosi, M. (2014). Branding or sharing? *City, Culture and Society*, 5(2): 107–110. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.05.002>.

Scott, AJ. (1997). The cultural economy of cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2): 323–339.

\_\_\_\_\_. (2010). Creative cities: The role of culture. *Revue D'économie Politique*, 120 (1): 181. <https://doi.org/10.3917/redp.201.0181>.

UNESCO. (2021a). Why Creativity? Why Cities? Creative Cities Network. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/why-creativity-why-cities>. Acesso em 14 janeiro 2021.

\_\_\_\_\_. (2021b). Creative Cities Network: Call for applications. Disponível em: [https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/2019-uccn-call\\_application-guide\\_en\\_1.pdf](https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/2019-uccn-call_application-guide_en_1.pdf). Acesso em 14 de janeiro 2021.

\_\_\_\_\_. (2021c). Annual Conferences. Creative Cities Network. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/annual-conferences>. Acesso em 14 de janeiro 2021.

\_\_\_\_\_. (2021d). Creative Cities Map. Creative Cities Network. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>. Acesso em 18 de janeiro 2021.

Wittmann, T., (2019). Cidades criativas: ativos intangíveis como recurso central de criação de valor. *Via Revista*, (4): 5-10.

Whittemore, R, & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*. 52(5): 546-553.

Zanella, M, Depiné, Á, Teixeira, C & Piqué, J. (2020). Repensando as cidades por meio da inovação urbana: soluções para diferentes conceitos urbanos. In C. Teixeira & Á. Depiné (Org.), *Inovação em cidades*. São Paulo: Perse.

# Governança e exequibilidade da agenda 2030: uma análise das cidades criativas da gastronomia no Brasil<sup>1</sup>

**MAGNUS LUIZ EMMENDOERFER**

Universidade Federal de Viçosa (UFV)  
magnus@ufv.br

**YURI TOMAZ DOS SANTOS**

Universidade Federal de Viçosa (UFV)  
yuri.tomaz90@gmail.com

**ELIAS JOSÉ MEDIOTTE**

Universidade Federal de Viçosa (UFV)  
elias.mediotte@ufv.br

**ALESSANDRO CARLOS DA SILVA JUNIOR**

Universidade Federal de Viçosa (UFV)  
alessandro.junior@ufv.br

---

1 Trabalho de pesquisa desenvolvido em interface entre a graduação em comunicação social e a pós-graduação em Administração Pública, no âmbito da comemoração local dos 10 anos (2012–2021) do Grupo de Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos (GDTec) do Núcleo de Administração e Políticas Públicas (NAP2) na UFV, em conexão com a comemoração global de 2021 como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável, fomentado pela Organização das Nações Unidas (ONU).

# Governança e exequibilidade da agenda 2030: uma análise das cidades criativas da gastronomia no Brasil

## 1 Introdução

Mundialmente, a atividade turística é responsável por cerca de US\$ 7,6 trilhões UNWTO (2018), sendo, portanto, um setor de considerável fator de impacto no desenvolvimento econômico. Nesse sentido, há de se considerar que o desenvolvimento dos destinos turísticos precisa priorizar a sustentabilidade, nas dimensões econômicas, culturais, sociais, éticas e políticas, bem como a governança, como denominadores primordiais, sobretudo para a otimização e expansão responsiva do setor, fundamentado, inclusive, na criatividade.

Visando combater as crises sociais, econômicas, ambientais e culturais, recorrentes no cenário mundial, dada as contradições do atual modelo de desenvolvimento, apoiado na acumulação de riquezas, no crescimento econômico em detrimento do social, privilegiando as diferenças e desigualdades sociais, os municípios, considerados nesse trabalho como cidades, têm adotado potenciais recursos estratégicos de desenvolvimento, pautados na cultura e na criatividade (Emmendoerfer, 2019). Isto posto, essas cidades têm se tornado am-

bientes dinâmicos e em constantes adaptações relativas à economia, à cultura, à qualidade de vida dos cidadãos Florida (2011); Howkins (2013); Landry (2013) e também no fomento ao turismo, de forma criativa.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2004) criaram uma política de abrangência internacional, denominada 'Cidades Criativas', na qual as legitimam como territórios criativos sob a chancela de integrarem-se nessa rede, institucionalizada como Rede de Cidades Criativas (UCCN – UNESCO Creative Cities Network). A UCCN busca fortalecer a cooperação com e entre cidades que reconhecem a criatividade como um fator estratégico do desenvolvimento sustentável em aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, tanto em nível internacional quanto local. A Rede de Cidades Criativas da Unesco abrange sete campos criativos: gastronomia, artesanato e arte folclórica, design, cinema, literatura, artes midiáticas e música (UNESCO, 2017).

Para fins deste estudo, o campo de análise será a gastronomia. Como conceituação, a gastronomia será definida à luz da presente pesquisa como um ramo entre as práticas da cultura e do conhecimento humano que envolvem as técnicas e formas de traduzir e administrar os materiais produzidos e cultivados, na forma de alimentação, por meio da culinária.

Acredita-se que a governança possa ser o pilar para a exequibilidade das metas oriundas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), esfera em que situam as Cidades Criativas da Unesco. Isto posto, esta pesquisa tem o objetivo geral de analisar e compreender quais e como são estabelecidas as ações nas Instâncias de Governança Municipais das Cidades Criativas da Gastronomia no Brasil, em perspectivas territoriais para a sustentabilidade.

Todavia, faz-se necessário elucidar que na presente proposta a governança será tomada pela égide de seus conceitos acerca do território e dos

stakeholders, isto é, opta-se pela revisitação dos conceitos de governança territorial e governança de atores em sua articulação imbricada com a dimensão socioterritorial. Assim sendo, as Cidades Criativas selecionadas como objetos de estudo não serão consideradas entidades abstratas, mas sim um corpo organizacional que é representado por uma associação principal composta por entidades racionais, ou seja, agentes que exercem autorizações e condições de condução das ações.

Para Dallabrida (2011) a governança territorial estende-se ao Estado, organizações da sociedade civil e a relação público-privada para a convergência cooperativa entre tais segmentos, para a promoção de um desenvolvimento territorial que enseja a participação da sociedade organizada na gestão de assuntos públicos, ou seja, é o exercício ativo dos cidadãos na potencialização das possibilidades do desenvolvimento de um espaço, segundo seus construtos, para a melhoria da qualidade de vida local.

Entendendo a cidade enquanto recorte de um território, apregoa-se que o desenvolvimento territorial se manifesta através das suas centralidades socioespaciais por meio dos seus recursos socioeconômicos, sobretudo sob a ótica das suas vocações culturais que se interagem com o patrimônio e o meio-ambiente (Ferrão, 2003, 2010). Tais interações se convergem e se conectam em “redes de fluxos de pessoas, bens, capitais e ideias”, às quais constituem uma governança para o desenvolvimento sustentável (Ferrão, 2003, p. 219).

A governança de atores, por sua vez, se insere nesse contexto na medida em que as instâncias, representadas pelos segmentos supramencionados, se articulam mutuamente para um consenso justo e horizontal na colaboração, coordenação e cooperação das decisões político-administrativa na gestão pública. Nesse ínterim, espera-se que os stakeholders, pautados pelas ações coletivas que os unem em um objetivo em comum, ofereçam subsídios para uma gestão

descentralizada e que, sobretudo, transpassem o reducionismo de um planejamento que prima pela dimensão econômica, devendo considerar, portanto, as dimensões ambientais, éticas, políticas e sociais.

Não obstante, a governança do espaço (urbano) se configura como uma necessidade de articulações e ações de sustentabilidade nos mais diversos territórios, frequentemente explorados pelo ser humano, sendo este, um agente de transformação e de degradação do meio-ambiente, o qual torna-se responsável pela constituição socioespacial e a sua conduta para produzir os espaços urbanos (Costa et al., 2009; Pereira, 2009).

Apesar de outros trabalhos já terem investigado a governança turística, ao realizar uma revisão de literatura, não observou-se estudos com a preocupação de compreender as ações de governança, ou seja, a sua exequibilidade alinhada à identificação de categorias que emergem de sua construção epistemológica, no contexto das Cidades Criativas da Unesco, com destaque para a Gastronomia como recorte para o presente estudo, cuja quantidade cresce gradualmente, totalizando 10 cidades criativas no Brasil e 246 na rede internacional (UNESCO, 2019). O ineditismo da pesquisa consiste em identificar como o posicionamento teórico influencia a compreensão dessa governança e como esse posicionamento tem sido tratado.

## 2 Revisão de Literatura

### 2.1 Cidades Criativas, Agenda Global 2030 e a Ação Coletiva

A Rede de Cidades Criativas da Unesco, política de abrangência mundial criada em 2004 a fim de estabelecer parcerias coordenadas entre as cidades para responderem, em sua máxima, ao desenvolvimento urbano comprometido com ações sustentáveis, é composta por 246 cidades em mais de 80 países, subdivididos entre África, Ásia, América e Europa. De acordo com a Declaração de Missão da Unesco, a criação da Rede firma ações cooperativas entre o conglomerado de cidades que reconheceram e visualizam nos aspectos econômicos, culturais, sociais e ambientais a criatividade como vetor para a promoção de efetiva sustentabilidade (UNESCO, 2017).

Nesse sentido, as Cidades Criativas, inseridas e unidas por um único estatuto institucional que as coordenam e chancelam, a UNESCO, têm como objetivos específicos, assentados na Declaração de Missão, o atendimento aos propósitos intrínsecos da UCCN, tais quais: aperfeiçoar as iniciativas lideradas pelas cidades membros a fim de tornar a criatividade indissociável do desenvolvimento urbano, a partir de parcerias que congreguem os setores públicos e privados, bem como a sociedade civil; fomentar e promover as atividades, bens e serviços; investir em centros de criatividade e inovação que estimulem e impulsionem a atração de novos criadores e profissionais interessados; potencializar a inserção dos cidadãos mais vulneráveis, por meio da facilitação e políticas de acessibilidade, na participação da vida cultural e o usufruto equitativo dos bens culturais e serviços; e anexação da cultura e criatividade nas estratégias e plano de desenvolvimento local (Ashton et al., 2018).

Compostos por gastronomia, artesanato e arte folclórica, design, cinema, literatura, artes midiáticas e música, os sete campos criativos da Rede de Cidades Criativas podem ser considerados projetos pilotos que impulsionam e potencializam o turismo nos destinos que têm a criatividade como elemento cultural que está, articuladamente, associada à identidade local.

Conforme supramencionado, as Cidades Criativas estão contempladas na Agenda Global 2030 da Organização das Nações Unidas – ONU, por meio do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis. Essa Agenda busca melhorar a vida das pessoas priorizando ações globais para resultados locais, apontando objetivos para o futuro sustentável dos territórios e principalmente das famílias mais vulneráveis em termos socioeconômicos (ONU, 2016). Assim, tal agenda pode ter como ponto de partida e ser fundamenta na perspectiva de políticas de desenvolvimento de territórios criativos (Emmendoerfer et al. 2018; Emmendoerfer, 2019; Emmendoerfer et al., 2021).

A partir das proposições de cada Cidade Criativa, faz-se necessário estabelecer uma governança entre o conglomerado face aos anseios da UNESCO, a fim de alcançar, por meio de ações colaborativas, aos objetivos do desenvolvimento sustentável e contemplar a Agenda 2030 de modo que, engajadas em um objetivo comum, essas cidades consigam superar desafios de modo coletivo, sobretudo no que diz às atividades turísticas. Devido ao número de turistas que tramitam pelas cidades criativas, espera-se que haja o compartilhamento de ações entre a rede no ensejo de diminuir a insustentabilidade e que a atividade criativa não seja única e exclusivamente vislumbrada por uma cosmovisão econômica.

Desta forma, o planejamento público e as ações conjuntas são elementos primordiais – e não devem ser vistos aqui como esferas dissociáveis – para a valorização das tradições autóctones, a condução de uma urbanização

sustentável e a participação dos representantes das esferas pública e privada, aliada à sociedade civil, na promoção de um ethos glocal que tem o turismo como setor fomentado pelas cidades criativas e que deve, portanto, ser trabalhado do ponto de vista de uma gestão democrática e participativa.

De acordo com Olson (2002) a composição de sujeitos em determinada organização evidencia a comunhão de interesses coletivos por parte de todos os atores que compõem o grupo. Considerado um dos pioneiros na proposição da Teoria da Ação Coletiva, o economista considera que os grupos são formados por “um número de indivíduos com um interesse em comum”, ou seja, para ele, ainda que os atores da organização tenham interesses individuais, estes vão atuar de forma cooperativa junto dos demais atores para que juntos alcancem os objetivos comuns propostos pela organização (Olson, 2002, p. 7).

A afirmação de Olson (2002) permite considerar que os esforços dos atores em prol de objetivos coletivos serão dispostos assim como o esforço necessário para o atendimento dos interesses individuais, isto é, a defesa dos interesses grupais é o epicentro do motivo que reúne esses atores, bem como a própria inserção ou atuação de atores na organização que esteja harmonizado aos seus interesses já proposto. Esse esforço coletivo entre os membros do grupo e organização reflete, então, no interesse comum que é estabelecido a partir do pacto e consenso entre os membros.

Contudo, isso não exige que esses atores tenham interesses individuais. Ainda que não haja sentido constituir uma organização onde os interesses individuais sejam maiores que o do coletivo, não se pode desconsiderar que existam interesses antagônicos, ainda que na organização compartilhem de interesses comuns, haja vista “o próprio fato de que um objetivo ou propósito é comum a um grupo significa que ninguém no grupo está excluído do benefício ou satisfação proporcionados por sua realização” (Olson, 2002, p. 15, tradução nossa).

A governança é inerente à ação coletiva, pois, para que a primeira se constitua é necessário um movimento de distintos atores, representando interesses de suas categorias, uma forças a fim de que os interesses de todos sejam atingidos, em um movimento horizontal, democrático e de poder descentralizado. Ao trazer consigo o estabelecimento de relações oriundas de práticas cooperativas e colaborativas, a Rede de Cidades Criativas, e mais especificamente a UNESCO enquanto instituição macro dimensional, demarca uma ação que é a da governança como pilar central na condução da Rede.

É esperado que os atores, representando cada cidade, se articulem para a promoção do desenvolvimento das cidades e compartilhem experiências, trocas de saberes, tenham ações coordenadas e estejam atentos para todas as dimensões do desenvolvimento, para além do econômico. Posto isso, faz-se necessário considerar, então, a governança como o suprassumo da ação coletiva.

Para Mediotte (2020) a governança precisa ser identificada a partir da tríade dos indicadores coordenação, cooperação e colaboração. Entendendo a governança como um movimento de articulação coprodutiva entre os parceiros e atores que compõem a rede, o autor destaca os critérios de co-concessão para a elaboração da coprodução de políticas públicas, envolvendo os stakeholders e valorização da atuação de atores da iniciativa privada (Quadro 1).

Aproximando as proposições da ação coletiva com as categorias da governança, tem-se um método sofisticado de ação e exequibilidade da Agenda 2030 das Cidades Criativas, uma vez que se subentende que as cidades e atores que compõem a Rede tomam decisões unânimes, pois “qualquer comportamento orientado para o grupo em um grupo exclusivo geralmente exigirá 100% de participação” (Olson, 2002, p. 42).

Compreendendo, portanto, o sentido e complexidade sistêmica da ação coletiva e da governança, faz-se necessário ressaltar que nesse estudo a

**Quadro 1 – Indicadores e categorias da governança**

Indicadores	Categorias de Verificação	Descrição (Subcategorias)
Coordenação	Planejamento Formalização	Reuniões (Assembléias, Audiências, etc.) Documental (Atas, Código de Ética, etc.)
	Controle Orientação Direcionamento Deliberação	Sistema de gestão de riscos e conflitos de interesses Ferramentas de divulgação Autoavaliação e feedback Tomada de decisão – Consenso
Cooperação	Relações cooperativas	Gestão de Recursos – Isonomia
	Relacionamentos informais	Acessibilidade
	Redes Interorganizacionais	Parcerias Público – Privadas
Colaboração	Formalização	Comprometimento
	Informalidade	Interatividade
	Reciprocidade	Engajamento
	Confiança	Legitimidade – Estabilidade
	Ações conjuntas	Implementação
	Autoridades compartilhadas	Institucionalização

Fonte: Extraído de Mediotte (2020, p. 32).

Rede de Cidades Criativas da Unesco, em síntese, é analisada do ponto de vista da interação e atuação dos atores que compõem a rede de governança de modo em que as ações sejam cooperativamente coletivas, isto é, o que está sendo proposto neste estudo é considerar a indissociabilidade da articulação coleti-

va, vista por meio das ações, no modus de gestão democrática, participativa e inclusiva, bem como a saliência de que é impossível a eficiência e eficácia da governança sem que haja a cultura coletiva na constituição da governança nas Cidades Criativas.

### 3 Procedimentos metodológicos

No intuito de atender ao objetivo proposto, utilizou-se o método qualitativo, pois este possibilita a compreensão de fenômenos sociais a partir de técnica interpretativa do pesquisador, o qual delimita a escolha do objeto, que varia entre os meios de investigação (Neves, 1996). Junto ao método, foi adotada a técnica de análise de conteúdo para análise dos dados.

De acordo com Mozzato e Grzybovski (2011 p. 734), a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que tem como objetivo ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados”. Vergara (2006) assinala que a análise de conteúdo corrobora na identificação e decodificação do que está sendo emitido sobre dada enunciação.

Somado a isso, adotou-se a análise documental, pois os documentos apresentam um valor satisfatório para aplicação em pesquisa e refere-se a uma época e a um lugar específico. Para Sá-Silva et al. (2009, p. 2), “a análise documental favorece a observação do processo de maturação ou de evolução de indivíduos, grupos, conceitos, conhecimentos, comportamentos, mentalidade, práticas, entre outros”. Em síntese, os documentos são os próprios objetos de investigação do pesquisador e apresentam um valor simbólico capaz de dizer sobre o quê e os processos e fenômenos sobre determinado lugar, organização e época arquivados, recentes ou não.

Como lócus da pesquisa, delimitou-se a investigação em Cidades Criativas no Brasil que representassem o segmento da Gastronomia. Faz-se necessário ressaltar que, para a solicitação de documentos aos representantes e instâncias de governança dessas cidades, foi redigido um e-mail pelos autores do presente trabalho e encaminhado para os seguintes endereços eletrônicos, vinculados ao poder executivo do governo local de cada município (prefeituras), em 15 de junho de 2021: I) [detur@belemtur.pmb.pa.gov.br](mailto:detur@belemtur.pmb.pa.gov.br) (Belém); II) [sede.belo-tur@pbh.gov.br](mailto:sede.belo-tur@pbh.gov.br) (Belo Horizonte); III) [contato@observagastronomia.com.br](mailto:contato@observagastronomia.com.br) (Florianópolis); e IV) [turismo@prefeituradeparaty.com.br](mailto:turismo@prefeituradeparaty.com.br) (Paraty).

Ressalta-se que os atributos identificados sobre cada município foram expressos na Tabela 1.

O acervo documental utilizado para a realização da pesquisa foi composto por documentos identificados nos sítios eletrônicos das instâncias de governança responsáveis pelas cidades criativas e os documentos solicitados por e-mail. Além disso, como referência para a Análise Documental, priorizou-se ações nas quais fossem possíveis identificar variáveis que compusessem a aproximação da Governança com os ODS da Agenda 2030 nas quatro Cidades Criativas.

Tabela 1 – Atributos dos municípios.

Caraterísticas	Belém (PA)	Belo Horizonte (MG)	Florianópolis (SC)	Paraty (RJ)
População (estimada 2020)	1.499.641 (IBGE, 2020)	2.521.564 (IBGE, 2020)	508.826 (IBGE, 2020)	43.680 (IBGE, 2020)
Categorização no Mapa do Turismo	A	A	A	A
PIB (2018)	R\$21.191,47 (IBGE, 2018)	R\$36.759,66 (IBGE, 2018)	R\$42.719,16 (IBGE, 2018)	RS61.447,75 (IBGE, 2018)
IFDM	0.6608 (IFDM, 2016)	0.8219 (IFDM, 2016)	0.8584 (IFDM, 2016)	0.7210 (IFDM, 2016)
Organização Responsável pela Cidade Criativa	Companhia de Desenvolvimento e Administração da Área Metropolitana de Belém (CODEM)	Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (BELOTUR)	FloripAmanhã	Secretaria Municipal de Cultura
Ano titulação Cidade Criativa da Gastronomia	2015	2019	2015	2017

Fonte: Elaboração própria com base nos dados pesquisa.

## 4 Resultados e discussões

### 4.1 Ações de governança e contribuições para a Agenda 2030

A cidade de Belém, desde 2016 comemora o Dia Internacional da Gastronomia Sustentável, em 18 de junho. Os eventos são articulados junto do Brasil Sabor – Festival Nacional em que cada restaurante local prepara um prato e

podem ser apreciados presencialmente ou no formato delivery. A partir deste evento, diversos projetos foram criados no intuito de cumprir as metas propostas pelo ODS nº 11, versando sobre aspectos de sustentabilidade nas escolas, ações para despoluição de rios e cursos de qualificação para merendeiras e chefes de cozinha locais Belém - PA (2020). Observa-se que a maioria das ações para o desenvolvimento sustentável de Belém, ocorre em articulação com organizações privadas, havendo escassas evidências de articulações que integram a sociedade civil na tomada de decisões e o poder público.

Devido à ausência de documentos que ofereçam subsídios concretos para a análise documental da presente Cidade Criativa, a consulta realizada pelo site institucional da Cidade Criativa de Belém transparece inexistência de coordenação e colaboração, uma vez que não são possíveis encontrar nos espaços de interesse público atas, documentos e quaisquer formalizações que possibilitem identificar como se estabelecem as tomadas de decisões, planejamentos, ações conjuntas, deliberações etc. Verifica-se, dessa forma, que para a variável coordenação, cooperação e colaboração para exequibilidade de uma governança inviabiliza o cumprimento do ODS nº 11, não constatando ações que correspondam às metas.

No caso de Belo Horizonte, a cidade conta com um Programa Municipal de Turismo Gastronômico (PMTG). No referido plano, a governança consiste no “conjunto de mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a gestão do projeto Gastronomia, com vistas à condução das políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade” (BELOTUR, 2020, p. 9). Dessa forma, observa-se que para a cidade a governança é tida como uma dinâmica reducionista de “liderança, estratégia e controle”, não sendo compreendida como o resultado de articulações coprodutivas da rede de atores inseridas na rede a partir da relação horizontal e exe-

cução/deliberação atuante e colaborativa dos atores que representam a esfera público, a privada e civil nas tomadas (stakeholders) de decisões (Emmendoerfer et al., 2016).

Em Florianópolis, a governança é composta por entidades do segmento privado e público que corroboram o Grupo Gestor do Programa Florianópolis Cidade Criativa. Dentre os eixos temáticos da FloripAmanhã está o “Planejamento de Cidade Sustentável”. Para a exequibilidade do plano e atingimento do ODS nº 11, o poder público da cidade, criou em 2015, o Plano de Ação Florianópolis Sustentável, sendo uma ação coordenada pela Prefeitura, em parceria com outras instituições e empresas locais, nacionais e internacionais (IBAM, 2015).

Excertos do Plano de Ação revelam uma preocupação do Poder Público Municipal em estreitar laços com a comunidade civil a partir da promoção e inserção de uma colaboração integrada e atuante. A governança é, nesse sentido, conduzida a partir de uma perspectiva sustentável para que a exequibilidade do Plano seja efetiva. O Plano de Ação apresenta dados metodológicos do diagnóstico dos 121 indicadores, agrupados em 23 temas, que teria sido debatido com os atores responsáveis pela condução de seminários, oficinas e reuniões técnicas. Dentre os indicadores trabalhados estão a coleta de lixo, qualidade do ar, coleta de lixo nas praias, sinalização, mobilidade urbana e uso do solo, clima, qualidade da água, esgotamento sanitário e drenagem, entre outros. O diagnóstico foi realizado em toda a região de Florianópolis e apesar de apresentarem dados satisfatórios, o Plano de Ação sinaliza também os desafios e a preocupação com aspectos determinados como a “dimensão de sustentabilidade ambiental e mudança do clima”.

Por fim, para a cidade de Paraty, no estado do Rio de Janeiro, uma das principais idealizações foi o Observatório da Gastronomia, composto por atores que representam o poder público e privado (Prefeitura, SEBRAE, SESC; do setor

privado local, como APACAP; e da academia, como a UFF), bem como representantes sociedade civil. O programa Cidade Criativa é coordenado pela Secretaria Municipal de Cultura, sendo constante a participação de outras Secretarias no desenvolvimento de ações – destaque para as Secretarias de Turismo e Pesca e Agricultura Paraty-RJ (2017).

Dentre as principais políticas do município orientadas ao ODS n° 11 destacam-se a criação de uma Horta Municipal (revitalização de áreas públicas em hortos municipais), Agenda 21 | Gastronomia Sustentável (fomento aos programas de implementação de uma base sólida de Gastronomia Sustentável, Coleta de Óleo | Passaporte Verde (iniciativa de coleta e conscientização do descarte do óleo; revitalização do Caminho do Ouro; implantação do agro ecoturismo, entre outras); e o Escola de Comer (iniciativa que reúne professores, merendeiras e nutricionistas para o estabelecimento de merendas escolares de qualidade na rede pública municipal).

De modo geral, observa-se que as quadro Cidades Criativas da Gastronomia no Brasil carecem de ações efetivamente sólidas para a confluência da principal associação responsável pelo segmento com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Embora algumas ações sejam evidentes para o atendimento da Agenda 2030, nota-se uma carência de proposições norteadoras para o cumprimento dos ODS, sobretudo ao n° 11.

Dessa forma, torna-se necessária a institucionalização de meios e modelos de sustentabilidade que possam ser replicados nos municípios, considerando as especificidades e condições locais, que minimizem os impactos oriundos da não primazia do Desenvolvimento Sustentável pelas dimensões, indissociavelmente, ambiental, social, econômica, ética e política. A atomização das cinco dimensões supramencionadas faz com que as sete metas do ODS n° 11 não sejam executadas nessas Cidades, não havendo evidências nos documentos

cedidos e/ou públicos de planejamento e de ações a longo prazo até a data de finalização deste estudo para a exequibilidade dessas metas até 2030.

## **4.2 Ações das instâncias a nível municipal, nacional e internacional**

Em nível municipal, foram evidenciadas ações em Belo Horizonte, Florianópolis e Paraty. A cidade de Belo Horizonte dispõe do Observatório do Turismo, o qual tem o objetivo de monitorar as práticas de turismo na capital mineira, e a Política Municipal de Turismo (PMT). A PMT prioriza quatro projetos: I) Renovação da composição do COMTUR BH – Gestão 2021-2022; II) Instalação das Câmaras Temáticas; III) Realização da I Conferência Municipal de Turismo de Belo Horizonte; e IV) Elaboração do Plano Municipal de Turismo BELOTUR (2021). Além disso, a BELOTUR dispõe de 13 projetos/programas que envolvem também apropriações dos modelos e laços nacionais.

No caso de Florianópolis destaca-se o estímulo à cooperação público-privado para o desenvolvimento sustentável. A principal ação foi a criação do Observatório da Gastronomia, a fim de difundir pesquisas e estabelecer cooperação entre a rede local. A governança é estabelecida a partir de iniciativas privadas, órgãos públicos e academias, como supramencionado, com o objetivo de fomentar o desenvolvimento a partir da gastronomia, com vistas à sustentabilidade (Ashton et al., 2018). Para a coordenação das atividades descritas no Relatório de Monitoramento, foi criado um Plano Estratégico, no qual pessoas e entidades designavam a coordenação. Em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Santa Catarina (ABRASEL/SC), as capacitações de bares, restaurantes e estabelecimentos são estabelecidas, a fim de fomentar

ações de sustentabilidade, tendo a Gestão de Resíduos Sólidos entre os cursos. No caso de Paraty, a nível municipal são estabelecidas parcerias com a Sebrae, a partir de programas de qualificação e formação técnica. O turismo de base comunitária recebe um desempenho acurado, bem como os eventos e feiras de gastronomia e turismo. Outras iniciativas são a introdução de cardápios sustentáveis para estimular os restaurantes a receberem certificados nos restaurantes, a Folia Gastronômica, os Circuitos Gastronômicos, o Mapa do Gosto (iniciativa que envolve o mapeamento dos produtores locais, promoção da Feira Jovem, Mercado do Peixe, Feira de Agricultura Familiar, entre outras. Ainda na esfera municipal, Paraty não tem em seu Conselho Municipal de Turismo uma cadeira exclusiva para os atores que representam a cidade de Paraty como Cidade Criativa, sendo representada pelo mesmo conselheiro da cadeira de Cultura (Paraty-RJ, 2017). A cidade de Belém destaca-se entre os representantes das Cidades Criativas da Gastronomia Nacionais, em que houve elaboração e assinatura do “termo de cooperação técnica para formar parcerias de intercâmbio acadêmico e profissional, com objetivo de fortalecer e desenvolver o setor da gastronomia, promovendo a cultura e o turismo e estimulando o desenvolvimento sustentável das regiões. O público estimado foi de 5.000 pessoas” (Belém-PA, 2020).

Em Florianópolis, destacam-se a formalização e adesão ao Movimento Nacional ODS Santa Catarina, cujo objetivo é desenvolver diversas ações diretamente associadas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, sobretudo ao ODS nº 11, que nos interessa na presente investigação. Dentre as iniciativas fomentadas pela FloripAmanhã estão: a revitalização de espaços urbanos, a Rede de Monitoramento Cidadão Ver a Cidade, Programa Florianópolis Cidade Criativa da Gastronomia, Grupo Interinstitucional para a Gestão de Resíduos Sólidos (FloripAmanhã, 2020).

Ainda a nível nacional, para a cidade de Paraty destacam-se a participação nos encontros organizados pela Rede de Cidades Criativas (Mesa Redon-

da Cidades Criativas, em São Paulo; I Encontro Nacional de Cidades Criativas, em João Pessoa, na Paraíba; Encontro de Cidades Criativas: Turismo e Gastronomia, em Belo Horizonte, Minas Gerais, Feira Internacional de Economia Criativa, em João Pessoa, na Paraíba), o Programa de Intercâmbio com as Cidades Criativas da Gastronomia, dentre outros. Todavia, não foi possível encontrar nos documentos analisados quais ações são executadas para o atendimento dos ODS.

Por fim, em nível internacional, observa-se que a cidade de Belém idealizou a iniciativa do Primeiro Encontro da Gastronomia Mundial. Na ocasião, houveram discussões em torno da economia criativa, sustentabilidade e crescimento econômico com os representantes internacional. E participou também do Encontro Latino-Americano das Cidades Criativas (2019), de acordo com a análise documental, o evento possibilitou o fortalecimento de ações “transversalidade, economia criativa, turismo, através de cooking show, artesanato, cinema, design, festival gastronômico e música” (Belém-PA, 2020).

No caso da Belotur em Belo Horizonte, das ações, atuações e articulações internacionais, destaca-se ainda a eleição, em julho de 2021, de Belo Horizonte para compor a World Tourism Cities Federation (WTCF), entidade internacional de turismo, criada em 2012, que “visa promover intercâmbios e cooperação entre seus membros e a indústria do turismo” (Prefeitura de Belo Horizonte, 2021). Outra parceria internacional da Belotur foi registrada de 2018 a 2020, no Seminário Internacional de Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes.

Já Florianópolis, foi convidada em 2020 para participar de uma iniciativa para celebrar o Dia Mundial da Paella (prato mais representativo da cozinha espanhola), em Dénia, Espanha; participou, na representação de um chefe, do 3º Festival Internacional de Gastronomia, realizado em Gaziantep Turquia, em 2020; participou, na representação do superintendente de Ciência, Tecnologia e Inovação da Prefeitura Municipal e dos Chefs do Programa Florianópolis Cidade

Criativa Unesco da Gastronomia, no Simpósio Internacional de Gastronomia, em Phuket, na Tailândia, entre outros.

Em relação à Paraty, dentre as ações em nível internacional, se destacam o estabelecimento de vínculos com outras Cidades Criativas, como Óbidos (Portugal), Cidade Criativa da Literatura por exemplo. A proposta é levar para Portugal a iniciativa Cozinhando com Palavras e confluir, de forma geral, a criatividade entre o segmento literário e gastronômico. Intercâmbio entre o vinho de Portugal e as cachaças de Paraty, a gastronomia de Burgos e Dénia e a literatura de Barcelona e Grana, todas cidades da Espanha, estreitadas à Paraty fazem parte das propostas de cooperação internacional. Além disso, participou dos Encontros Internacionais das Cidades Criativas, Festival Internacional de Gastronomia de Parma (Itália), representações de Paraty como Cidade Criativa na Turquia, 15º Festival de Gastronomia e Turismo de Chengu (China), Fórum Internacional de Gastronomia em Macau (China), entre outros Paraty-RJ (2017).

## 5 Considerações Finais

A análise dos dados revela ações insuficientes para o cumprimento do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável nº 11, elencado como objeto norteador dessa pesquisa, e ações desordenadas ou inexistentes das categorias cooperação, coordenação e colaboração, bem como de seus indicadores. Somado a isso, desconhecendo análises feitas nesse sentido ou que compilem dados referentes aos segmentos criativos convergentes no Brasil, recomenda-se que novos estudos sejam realizados, sobretudo a partir da proposição de um Modelo Ontológico e Epistemológico de Governança de Cidades Criativas, que possa ter indicadores para seu acompanhamento e monitoramento coletivo, envolvendo as comunidades envolvidas.

Faz-se necessário salientar que em todas as quatro Cidades Criativas que foram objetos de estudos da presente investigação há a articulação com Instituições de Ensino Superior. Nesse ínterim, propõe-se que haja qualificações, inclusive para o empreendedorismo, não só dos atores que representam o segmento criativo como também de toda a rede parceira, a fim de nortear uma governança pública assertiva e efetiva, chancelada na dimensão sustentável.

Acredita-se que as ações coletivas devam ser fortalecidas para que até 2030 as atuações da rede de atores conduzam os municípios para uma perspectiva exígua de sustentabilidade. Destarte, cabe considerar ainda que a governança é indissociável do planejamento. Se tratando de um estudo que versa analisar cidades potencialmente turísticas, é indispensável que a esfera do planejamento sustentável abarque as discussões e propósitos que devem ser priorizados pela rede, considerando inclusive os territórios criativos Emmenderfer e Ashton (2014) que possibilitem (re) conhecer a cidades como criativas, com vocação e ênfase na gastronomia e no turismo.

Portanto, é exatamente nesse contexto que novamente a ação coletiva se torna imbricada à governança ao compreender os destinos turísticos, representados pela UCCN. Haja vista a necessidade de ações harmônicas que versem o planejamento dessas cidades não apenas como necessidade oriunda do desenvolvimento econômico, mas, como o próprio ODS nº 11 propõe, a consolidação de articulações que abarquem o ambiental, político, ético e social.

## 6 Referências bibliográficas

Ashton, MSG, Emmendoerfer, ML & Emmendoerfer, L. (2018). Florianópolis/SC – cidade criativa da gastronomia. In Ashton, MSG. (Org.). Cidades criativas: vocação e desenvolvimento, 65–91. Nova Hamburgo: Feevale.

Belém – PA. (2020). Belém cidade criativa – Encontro Mundial das Cidades Criativas da Gastronomia. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/gastronomia-criativa>. Acesso em 14 agosto 2021.

Costa, P, Seixas, J & Oliveira, AR. (2009). Das cidades criativas à criatividade urbana? Espaço, criatividade e governança na cidade contemporânea. In 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde, 2714–2746.

Dallabrida, VR. (2011). Governança territorial e desenvolvimento: as experiências de descentralização político-administrativa no Brasil como exemplos de institucionalização de novas escalas territoriais de governança. Anais do I Circuito de Debates Acadêmicos, Brasília, DF, Brasil.

Emmendoerfer, ML, & Ashton, MSG. (2014). Territórios Criativos e suas Relações com o Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4(21/22): 459–468.

Emmendoerfer, ML, Soares, ÉBS, Araújo, JFFE, Cunha, NRS & Mendes, JC. (2016). Destino indutores e desenvolvimento turístico regional: um problema de ingovernabilidade? PASOS – *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3): 737–750.

Emmendoerfer, ML, Fioravante, ASA & Araújo, JFFE. (2018). Federal government actions for the creative territories development in Brazilian context. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 14(1): 400–424. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4519239>.

Emmendoerfer, ML. (2019). Creative tourist regions as a basis for public policy. In Duxbury, N & Richards, G (Org.). A Research Agenda for Creative Tourism. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, Cap. 12, 151-166.

Emmendoerfer, ML, Araújo, JFFE, Valadares, JL, & Morais, MCA. (2021). Empreendedorismo em políticas públicas no contexto da economia criativa brasileira. Revista Reuna, 26(2), 91-110.

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. (2021). Políticas de turismo e governança. Disponível em: <shorturl.at/lqHT8>. Acesso em: 16 agosto 2021.

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. (2020). Programa Municipal de Turismo Gastronômico. Disponível em: <shorturl.at/euyMP>. Acesso em: 22 junho 2021.

Federação das Indústrias do Rio de Janeiro. (2016). Índice Firjan de desenvolvimento municipal. Disponível em: <shorturl.at/krxDO>. Acesso em: 23 setembro 2021.

Ferrão, J. (2010). Governança e ordenamento do território: reflexões para uma governança territorial eficiente, justa e democrática. Prospectiva e planejamento, 17, 129-139.

Ferrão, J. (2003) Intervir na Cidade: Complexidade, Visão e Rumo. In Portas, N; Domingues, Á; Cabral, J. Políticas Urbanas, Tendências, Estratégias e Oportunidades, 218-225. Fundação Calouste Gulbenkian.

Florida, RL. (2011). A ascensão da classe criativa e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano. Porto Alegre: L&PM.

FloripAmanhã. (2020). FloripAmanhã passa a integrar o Movimento ODS Santa Catarina. Disponível em: <shorturl.at/bzB89>. Acesso em 24 setembro 2021.

Instituto Brasileiro de Administração Municipal. (2015). Plano de ação Florianópolis sustentável. Disponível em: <[shorturl.at/dfwCK](https://shorturl.at/dfwCK)>. Acesso em: 24 setembro 2021.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2018). Conheça cidades e estados do Brasil. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 23 setembro 2021.

Howkins, J. (2013). Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil.

Landry, C. (2013). Origens e futuros da cidade criativa. São Paulo: Sesi/SP, 2013.

Mediotte, E.J. (2020). Avaliação da Governança em Instâncias Deliberativas Coletivas e sua relação com o Planejamento Turístico no município de Tiradentes (MG). Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Viçosa (UFV), Viçosa, MG, Brasil.

Mozzato, AR & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. Revista de Administração Contemporânea, 15(4), 731-747.

Neves, JL. (1996). Pesquisa qualitativa – Características, usos e possibilidades. Caderno de Pesquisas em Administração, 1(3): 1-5.

Olson, M. (2002). The logic of collective action: public goods and the theory groups. Harvard University Press: Cambridge.

Organização das Nações Unidas no Brasil. (2015). Résolution adoptée par l'Assemblée générale le 25 septembre 2015. Disponível em: <<https://undocs.org/fr/A/RES/70/1>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

\_\_\_\_\_. (2016). Objetivos de desenvolvimento sustentável. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em 18 março. 2021.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. (2017). Creative cities. Disponível em: <[shorturl.at/buJV7](http://shorturl.at/buJV7)>. Acesso em: 05 setembro 2020.

\_\_\_\_\_. (2019). O que é a Rede de Cidades Criativas? Disponível em: <<https://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us>>. Acesso em: 01 abril 2021.

Paraty – RJ. (2017). Paraty cidade criativa da gastronomia. Disponível em: <[shorturl.at/glyHP](http://shorturl.at/glyHP)>. Acesso em: 24 setembro 2021.

Pereira, M. (2009). Desafios contemporâneos do ordenamento do território: para uma governabilidade inteligente do (s) território (s). *Prospectiva e Planejamento*, 16, 77–102.

Prefeitura de Belo Horizonte. (2021). BH é eleita cidade membro do conselho da World Tourism Cities Federation (WTCF). Disponível em: <[shorturl.at/ahAF7](http://shorturl.at/ahAF7)>. Acesso em: 24 set 2021.

Sá-Silva, JR, Almeida, CD & Guindani, JP. (2009). Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, 1(1).

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2019). Cidades resilientes e sustentáveis. Cuiabá, MT: Sebrae.

Vergara, SC. (2006). Métodos de pesquisa em administração. 2. ed. São Paulo: Atlas.

World Tourism Organization. (2018). “City tourism performance research”. Disponível em: <[shorturl.at/qsGVX](http://shorturl.at/qsGVX)>. Acesso em: 25 setembro 2021.

## Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq – Processos 408437/2016-2 e 309363/2019-5), à Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG – PPM-00049-18) e à Coordenação para o Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Ministério da Educação, Brasil, financiamento 001. Agradecimentos complementares aos organizadores da obra.

Regeneração urbana e  
inovação social: um estudo  
de caso no Distrito Criativo de  
Porto Alegre - Rio Grande do  
Sul / Brasil

# Regeneração urbana e inovação social: um estudo de caso no Distrito Criativo de Porto Alegre - Rio Grande do Sul / Brasil

## 1 Introdução

A projeção de que 66% da população mundial viverão nos centros urbanos até 2050 traz à tona importantes debates sobre a tratativa de cidades (United Nations, 2015). Assim, a batalha por um desenvolvimento sustentável poderá ser vencida ou perdida, a depender de ações futuras da humanidade. Essa percepção subsidiou discussões sobre a importância e destinação das cidades, bem como a forma de utilização dos seus espaços urbanos, de modo a torná-los mais inclusivos e sustentáveis (Silva, 2018).

Faz-se necessário repensar a concepção das cidades, de modo a criar alternativas possíveis para alcançar uma transformação urbana positiva para toda a comunidade. A regeneração urbana tem sido um tema recorrente na globalização e na urbanização de países em desenvolvimento e de países desenvolvidos (Li et al. 2020). Pois apresenta-se como uma alternativa abrangente na busca de soluções de problemas urbanos, visto que no centro da sua concepção está a integração dos fatores econômicos, físicos, sociais, ambientais Robert e

Sykes (2010) e governamentais (Couch et al., 2011). Assim, torna-se um importante viabilizador para alcance de mudanças significativas, indo ao encontro de uma cidade mais sustentável e inclusiva (Martinez-Fernandez et al., 2012).

O crescimento inclusivo e o desenvolvimento sustentável também são assuntos recorrentes, neste sentido, a narrativa direciona-se para questão de Inovações Sociais (IS). A IS é considerada uma aliada ao desenvolvimento de espaços públicos com forte significado social, justamente porque propõe novas maneiras de pensar, conectar e organizar a sociedade (Trillo, 2019). No tecido vivo existente em comunidades, por exemplo, a IS é tida como responsável por uma mudança sócio espacial, que visa mudar as relações sociais entre indivíduos e grupos, bem como a relação de poder no processo de planejamento (Ostanel, 2017).

Prontamente, é reconhecida a capacidade das iniciativas de IS para criar mudanças concretas e as áreas concebidas por suas iniciativas impulsionam o desenvolvimento de práticas inovadora para a RU, com propósito de superar a ineficácia de políticas locais isoladas (Ostanel, 2017). A importância de se repensar as cidades, apresenta-se como ponto relevante à toda a comunidade envolvida, inclusive é um objetivo a ser alcançado e descrito pela Agenda 2030<sup>1</sup>. Trata-se de um plano de ação proposto pela ONU que contempla 17 Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Dentre eles, o ODS 11 descreve que as cidades devem ser inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis.

---

1 A Agenda 2030 é um plano de ação para as pessoas, o planeta e a prosperidade, que busca fortalecer a paz universal. O plano indica 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, os ODS, e 169 metas, para erradicar a pobreza e promover vida digna para todos, dentro dos limites do planeta. São objetivos e metas claras, para que todos os países adotem de acordo com suas próprias prioridades e atuem no espírito de uma parceria global que orienta as escolhas necessárias para melhorar a vida das pessoas, agora e no futuro (FONTE: <http://www.agenda2030.org.br/sobre/>).

Com base nestes apontamentos, entende-se que o crescimento inclusivo e sustentável das cidades deve ser um pilar em qualquer plano de desenvolvimento urbano e está inter-relacionado com o conceito de IS e contemplado nos pressupostos da RU (Trillo, 2019).

Enquanto que a IS tem como desafio criar novas alternativas aos problemas sociais, forma inclusiva Bignetti (2011), o desafio da RU é combinar competitividade e inclusão social, a fim de melhorar a qualidade do ambiente natural e físico. Esses fatores trabalhados em conjunto são chaves para atração de novas formas de atividades econômicas em áreas periféricas ou marginais e fomentam uma melhoria na qualidade de vida das comunidades (Pultrone, 2017). Dispondo das considerações realizadas sobre a relevância da tratativa de regeneração urbana à luz da inovação social, o objetivo desta pesquisa é identificar características da inovação social que podem contribuir para regeneração urbana do Distrito Criativo de Porto Alegre-Rio Grande do Sul/Brasil.

Este artigo está estruturado da seguinte maneira: seção primeira, compreende esta introdução. A seção dois apresenta o referencial teórico e descreverá sobre IS e RU. A terceira seção versará sobre a abordagem metodológica e na quarta seção serão apresentados os resultados do estudo de campo realizado. Finalmente, na seção cinco serão apresentados os dados da pesquisa, na seção seis apresenta-se as discussões e por fim as conclusões.

## 2 Referencial teórico

As subseções abaixo descrevem os assuntos essenciais para a pesquisa, de modo a criar um corpo teórico de grande valia para as discussões finais sendo eles: inovação social, regeneração urbana.

## 2.1 Inovação social

Para compreensão dos resultados e discussão que serão apresentados nas próximas seções, duas questões básicas sobre IS serão descritas aqui, sendo elas: seu conceito, e suas características. O entendimento de IS adotado por essa pesquisa baseia-se no conceito proposto por Figueiredo (2020):

IS são respostas novas para determinado contexto, direcionadas às necessidades sociais, construídas por meio de um processo adaptável e flexível com base nos conhecimentos e colaboração de diferentes atores, a fim de promover empoderamento social e soluções sustentáveis, contribuindo para o desenvolvimento da comunidade e urbano (Figueiredo, 2020, p.29).

Nesta definição a IS pode assumir uma forma amplificada, desde um serviço, uma ferramenta, um produto, um projeto, uma ideia, um programa, uma ação, uma intervenção, até desempenhar qualquer outro tipo de atuação, desde que emergja de um problema social e seja desenvolvida pelas pessoas e direcionada às pessoas. Destaca-se que este conceito é derivado de variadas áreas de conhecimento que integram as visões de diferentes perspectivas e procura atender os ensejos de todos os atores envolvidos em uma IS.

Em virtude dessa multidisciplinaridade dos conceitos, alguns pesquisadores têm buscado esclarecer as características predominantes ou essenciais da IS (Santos Delgado, 2016; Borges, 2017, Prim, Zandavalli e Dandolini, 2019). Com base nesses autores, a tabela 1 apresenta o resumo das características comumente aceitas.

As características apresentadas exibem o alcance e interdisciplinaridade que o termo possui. As características de IS aqui retratadas serão aceitas para análises futuras dessa pesquisa. Entretanto, não será excluída características identificadas na pesquisa de campo, uma vez que o entendimento da IS

**Tabela 1 – Características de Inovações Sociais (IS).**

<b>Características</b>	<b>Descrição</b>
Satisfazer necessidades humanas	Atender problemas sociais.
Colaboração	Participação de todos os envolvidos.
Diversidade de atores	Envolvimento de todos os beneficiários.
Sustentável	Criar relações entre os atores envolvidos.
Gerar valor, empoderamento, mudança social	Gerar empoderamento na comunidade a fim de gerar valor e mudança social.
Nova solução ou adaptação de soluções existentes	Nova solução de produtos, serviços ou modelos, ou adaptação dos existentes.
Escalabilidade	Implementação em outros locais e outros contextos
Compartilhamento de conhecimento	Compartilhamento do conhecimento entre os envolvidos.

Fonte: Figueiredo (2020)

adotado pela pesquisa define que as mesmas podem ser respostas novas para contextos direcionados às necessidades sociais (Figueiredo, 2020). Logo, esse contexto pode exigir adoção de diferentes características.

## 2.2 Regeneração urbana

A regeneração urbana tem sido um tema recorrente na globalização e na urbanização de países em desenvolvimento e de países desenvolvidos (Li et al., 2020). Especialistas enfatizam o papel significativo da RU, por lidar com uma ampla gama de problemas (Son, 2018).

A RU combina a harmonização dos domínios econômicos, sociais, físicos e ambientais dentro do processo (Evans & Jones, 2008). Além disso, buscar o engajamento e a cooperação de múltiplas agências (Roberts & Sykes, 2016; Carter & Roberts, 2000). Como forma de construir parcerias que pode criar “interesses compartilhados, apoio recíproco e benefício mútuo com cada parceiro contribuindo de acordo com seus respectivos recursos, pontos fortes e áreas especialização” (Carter & Roberts, 2000, p. 49).

RU é uma visão e ação abrangente e integrada que leva à resolução de problemas urbanos, e busca trazer uma melhoria duradoura nas condições econômicas, físicas, sociais, ambientais Robert e Sykes (2010, p.17) e governamentais Couch et al. (2011) de uma área que está sujeita a mudanças. Este conceito baseia-se em uma preocupação ampla com a melhoria da qualidade de vida e a criação de oportunidades para as comunidades desfavorecidas e assenta numa forte ênfase na melhoria da competitividade econômica das cidades (Son, 2018).

A RU é considerada como um dos mecanismos fundamentais para a consecução de um desenvolvimento urbano sustentável. Ele contribui para a sustentabilidade por meio da de práticas de inovadoras, voltadas ao reaproveitamento dos recursos já existentes, como exemplo, a reciclagem de terrenos e de edifícios, a redução de resíduos de demolição e de novos materiais de construção. Neste sentido, promove a redução da expansão urbana e facilita a consistência de áreas urbanas existentes e em muitos casos esquecidas e abandonadas (Turcu, 2012).

Por isso, a RU passa a ser um desafio constante, já que a abordagem adotada em determinado período resulta de um complexo sistema de escolhas sociais, econômicas e políticas que variam no tempo e no espaço (Roberts & Sykes, 2016).

### 2.2.1. Características da inovação social em projetos de regeneração urbana

Para conseguir identificar as características da IS que podem contribuir para RU no Distrito C de Porto Alegre, analisou-se a literatura referente aos dois temas. Desta análise, elencou-se características de inovação social que se mostraram recorrentes em regenerações urbanas.

Observa-se que grande parte das características aqui elencadas também foram identificadas ao analisar características de inovação social somente na literatura de IS. Em contrapartida, no estudo conjunto dos temas evidenciou-se características que são inerentes à outras, como é o caso da coesão social e relações sociais. Cabe salientar que a análise estava aberta para identificação de novas características. Considera-se que:

- a) redes são compostas pelos relacionamentos das instituições, sendo elas públicas ou privadas, com parceiros (Schirmer & Cameron, 2012);
- b) relações sociais tratam das relações dos atores com os parceiros, e estes são todos aqueles que desenvolvem algum tipo de relacionamento com os projetos;
- c) colaboração é admitida como um processo em que as partes trabalham em conjunto, sob diferentes perspectivas, exploram suas diferenças de maneira construtiva e procuram soluções que vão além da própria visão individual e limitada do que é possível, para uma solução integrada e coletiva (Harrison, Chaari, & Comeau-Vallée, 2012; Sanzo, Alvarez, Rey, & García, 2015);
- d) atendimento de necessidades humanas visa gerar valor para toda a sociedade e não somente para as empresas privadas (Phills, Dei-

Tabela 2 – Características da Inovação Social em Regeneração Urbana

Características da Inovação Social em projetos de Regeneração Urbana	Autor(es)
Redes	(Queirós, 2010; Radywyl & Bigg, 2013; García et al., 2015; Bagaini, et al., 2017; Daprà & Fabi, 2017; Di Prete & Mazzarello, 2017; Ostanel, 2017; Nemoto & Biazoti, 2017; Pultrone, 2017; Saporito, 2017; Mahmoud & Bevilacqua, 2019).
Relações sociais	(Radywyl & Bigg, 2013; García et al., 2015; Di Prete & Mazzarello, 2017; Nemoto & Biazoti, 2017; Ostanel, 2017; Pultrone 2017; Mahmoud & Bevilacqua, 2019; Ostanel, 2017; Pultrone, 2017; Nemoto & Biazoti, 2017; Saporito, 2017).
Colaboração	(Queirós, 2010; Radywyl & Bigg, 2013; Bagaini et al., 2017; Khan et al., 2017; Ostanel, 2017; Nemoto & Biazoti, 2017).
Satisfação das necessidades humanas	(André e Rousselle, 2010; Queirós, 2010; Bagaini et al., 2017; Nemoto & Biazoti, 2017; Mahmoud & Bevilacqua, 2019; Trillo, 2019).
Melhoria na qualidade de vida	(André & Reis, 2009; Queirós, 2010; Nemoto & Biazoti, 2017; Mahmoud & Bevilacqua, 2019).
Empoderamento	(André & Reis, 2009; Queirós, 2010; Radywyl & Bigg, 2013; García et al., 2015; Bagaini et al., 2017; Khan et al., 2017; Nemoto & Biazoti, 2017; Saporito, 2017; Mahmoud & Bevilacqua, 2019).
Sustentabilidade	(Queirós, 2010; Radywyl & Bigg, 2013; Daprà & Fabi, 2017).
Escalabilidade	(André & Reis, 2009; Queirós, 2010; Saporito, 2017).
Coesão social	Radywyl & Bigg, 2013; García et al., 2015; Pultrone, 2017).
Gestão	(André & Reis, 2009; André & Rousselle, 2010; Queirós, 2010; Radywyl & Biggs, 2013; Di Prete & Mazzarello, 2017; Nemoto & Biazoti, 2017; Saporito, 2017)

Fonte: Elaborada pelas autoras

glmeier & Miller, 2008), além de satisfazer as necessidades sociais para que sejam sustentáveis e gerem mudanças, a fim de criar novas relações ou colaborações sociais (Murray, Caulier-Grice & Mulgan, 2010; Bignetti, 2011) e gerar de forma sustentável uma mudança social benéfica a um coletivo (Borges et al., 2015);

e) melhoria na qualidade de vida diz respeito a melhores instalações e melhores opções de atividades que proporcionem bem-estar (Santos Delgado, 2016);

f) empoderamento é visto como o fato de tornar o indivíduo autônomo, tornando-se protagonista de sua própria história (Prim, Aguiar & Dandolini, 2016);

g) sustentabilidade indica a busca da sobrevivência de iniciativas propostas para comunidade com foco nos três pilares: econômico, ambiental e social (Malek & Costa, 2015);

h) escalabilidade possibilita as iniciativas serem transferíveis ou reprodutíveis em outras comunidades (Santos Delgado, 2016);

i) coesão social trata-se de um conceito sociológico que está relacionado a uma espécie de estado pelo qual os indivíduos se mantêm unidos, integrados em um grupo social, ou, simplesmente, o estado de integração coesa do grupo social (Bodart, 2019); e por fim;

j) gestão que se refere aos processos colaborativos, que são fundamentais para o desenvolvimento da IS Sanzo et al. (2015); Manning e Roessler (2014); Kolk e Lenfant, (2015); Malek e Costa (2015); Toivonen (2016), dado que o compartilhamento dos conhecimentos possibilita que sejam criadas soluções para os desafios dos diferentes contextos,

pois ninguém detém o conhecimento sozinho. Os momentos de discussão, proporcionados pela gestão, proporcionam uma possibilidade de criar alternativas, onde individualmente não seria possível, oportunizando trocas de experiências (Kolk & Lenfant, 2015; Swilling, 2016; Van Der Schoor, Van Lente, Scholtens, & Peine, 2016; Saji & Ellingstd, 2016).

### 3 Procedimentos metodológicos

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, realizada por meio de um estudo de caso único (Yin, 2010). Essa estratégia foi escolhida para poder identificar com melhor propriedade as características da IS, atuantes na RU, por meio de um estudo empírico no Distrito Criativo (DC) de Porto Alegre–Rio Grande do Sul/ Brasil e análise documental. A Tabela 3 apresenta descrição resumida das etapas seguidas.

**Tabela 3 – Etapas do estudo de caso.**

Etapa	Descrição
Unidade de análise	Distrito Criativo de Porto Alegre.
Método de investigação	Estudo de caso baseado em Yin (2010).
Instrumento da coleta de dados	Entrevistas semiestruturadas.
Entrevistados	Idealizador do projeto, empreendedores locais e comunidade.
Coleta de dados	Ocorreram no dia 27/08/2019.
Tratamento dos dados	Análise temática de Braun e Clarke (2016).

Fonte: Elaborado pelas autoras, baseado em Yin (2010).

A seleção do DC de Porto Alegre se deu pelo fato do projeto ter relevante contribuição e reconhecimento pela comunidade local, além de apresentar questões relevantes ao cumprimento do objetivo desta pesquisa. Também foi considerado questão de acesso à unidade de análise bem como a disponibilidade dos participantes/entrevistados.

Para a coleta de dados adotou-se a técnica de entrevistas semiestruturadas com o idealizador do projeto DC, empreendedores e moradores da região, além de cidadãos de outras regiões de Porto Alegre – RS/Brasil e análise documental. O roteiro de entrevista foi elaborado a partir de pontos levantados da literatura e foi aplicado no grupo de pesquisa Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação – IGTI, para assegurar que as perguntas atendiam ao objetivo da pesquisa.

Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas, para posterior análise destas pesquisadoras, juntamente com as anotações do fichário de campo, que serviu para anotar expressões, reações, comentários, entre outros detalhes dos entrevistados a fim de ajudar posteriormente na análise dos dados.

Quanto a realização das entrevistas, buscou-se como ponto de partida o idealizador do projeto do DC – Porto Alegre. Fazendo uso da técnica snow ball. O mesmo indicou outros participantes, totalizando 18 entrevistas, dirigidas à três grupos de pessoas: empreendedores, empreendedores residentes no DC e comunidade externa ao DC. Dentre os empreendedores entrevistados, foram identificadas diferentes atividades exercidas por eles, no entanto, todos eram participantes do projeto do DC.

O tratamento e análise dos dados foi a partir da análise temática de Braun e Clarke (2016). Para os autores, a análise temática é amplamente utilizada para análise de pesquisas qualitativas, pois permite organizar e apresentar os dados de maneira sucinta, através da identificação, análise e descrição de

temas e subtemas (Braun & Clarke, 2016). Neste sentido foram criadas diversas categorias de análise, das quais serão apresentadas na seção 4.2.

## 4 Apresentação dos dados

A presente seção apresentará a unidade de análise, sendo o Distrito Criativo (DC) de Porto Alegre e as respectivas características de IS identificadas no mesmo.

### 4.1 Distrito Criativo de Porto Alegre – RS (DC)

O DC foi concebido e organizado pelo fundador da empresa de design social, a UrbsNova. Tem como objetivo principal de propor formas inovadoras de organização das comunidades, a fim de gerar impacto social a partir de inovações sociais baseadas na economia criativa, do conhecimento e da experiência (Piqué, 2019).

O projeto do DC está voltado para valorização de polos de economias criativa, do conhecimento e da experiência, sendo um espaço de participação, experimentação, criação coletiva e inovação, construído a partir do envolvimento com artistas e empreendedores localizados nos bairros Floresta e São Geraldo, metade sul do chamado “4º Distrito”, e em partes dos bairros Independência e Moinhos de Vento, que contemplam a cidade de Porto Alegre no Rio Grande do Sul, Brasil.

O desenvolvimento dos espaços acontece a partir das novas formas de relacionamentos entre os artistas e empreendedores da região de modo a melhorar suas condições de trabalhos e qualidade de vida da comunidade. Busca

proporcionar uma mudança física na região, que até o presente momento apresentava-se esquecida pelos poderes públicos e promover uma maior visibilidade dos empreendedores perante a sociedade. Estas atividades mobilizam diversos atores e propiciam uma regeneração do espaço urbano de forma mais inclusiva. Neste sentido, o DC torna-se um objeto de análise interessante, pois identifica-se algumas características da IS (representada pela economia criativa) que fomentam o processo de RU. A proposta não é simplesmente transformar o local em um espaço de economia criativa, “mas que os artistas e empreendedores sejam parte de um ecossistema maior, que inclui o tecido comercial tradicional desses bairros, bem como os moradores” (Piqué, 2019).

O projeto implementa ações inovadoras tendo como base as linhas artísticas e culturais, de forma que a vinculação das ações sociais com a arte e criatividade, promovam uma maior interação e a criação de objetivos comuns com a comunidade. Assim, “todos que convivem juntos podem encontrar objetivos comuns para a melhoria e desenvolvimento da região” (Piqué, 2019).

O projeto DC não tem delimitação geográfica, sendo que se expande conforme o crescimento do mesmo. Teve início nos bairros Floresta, Independência e Moinhos de Vento/RS. Posteriormente foi ampliado para o bairro São Geraldo/RG. “Não se engessa os perímetros a fim de não excluir possíveis áreas para crescimento, com o propósito de desenvolver cada vez mais o território” (Piqué, 2019).

Atualmente o projeto estende-se por uma área seis quilômetros e conta com o envolvimento de aproximadamente 100 artistas e empreendedores. As iniciativas emergem espontaneamente de diversas formas. Não há um calendário com ações especificamente desenhado e tão pouco uma cronologia de quais datas irão acontecer. São concebidas de forma natural, de acordo com os insights e necessidades dos atores envolvido com o projeto. Segundo Piqué (2019) a co-

comunidade local tem total abertura para entrar em contato e sugerir alguma ação. Este fato é relevante, pois aponta para um caminho de uma construção coletiva de eventos necessários às demandas da própria comunidade.

É importante findar essa seção, mencionando que o DC realiza diversas iniciativas, no entanto, aqui será apresentada somente as mencionadas nas entrevistas realizadas com os partícipes do projeto. Na seção 3.2, serão apresentadas essas iniciativas.

#### 4.1.1 Iniciativas desenvolvidas pelo Distrito Criativo

O DC apresenta relevância reconhecida nos bairros de atuação e trabalha com iniciativas de diversas áreas, fato este que requer um engajamento entre os atores e uma valorização da diversidade. Na Tabela 4 estão listadas as iniciativas estudadas.

Algumas iniciativas estão relacionadas às ações assistencialistas, como é o caso da Escola Fora de Hora. Entretanto, em sua maioria são ações que promovem melhorias para os aspectos econômicos da região, pois tratam-se de bazares e exposições realizados em diferentes locais da região 4<sup>o</sup> Distrito, e com diferentes parceiros. Essas ações com diferentes parcerias promovem micro eventos e despertam interesse da população local e de outras regiões, de modo a movimentar a economia e trazer visibilidade para região.

**Tabela 4 – Iniciativas desenvolvidas no DC**

Iniciativas	Descrição da iniciativa
Farrapos Florida	Ação em prol da paz no trânsito.
Dia C	Evento gastronômico de longa duração.
Revitalização Pracinha	Projeto de regeneração da praça pública.
Horta Urbana	Horta desenvolvida nas sacadas de alguns empreendimentos.
Escola Fora de Hora	Projeto de capacitação gratuito para os moradores.
Fervinho	Bazar.
Dia Verde	Ação em prol do ambiente.
Jardins de Chuva	Intervenções urbanas para promoção de convivência saudável com água da chuva.
Bazar da Débora	Bazar com muitos expositores.
Quinta do Barulho	Happy hour.
Curta Bike	Um passeio de bicicleta com paradas ao longo do percurso para exibição de curtas-metragens.
Tecer	Ação social.
Caminho Têxtil	Exposição de têxtil em várias cafeterias locais como forma de promoção da cultura.

Fonte: Figueiredo (2020).

## **4.2 Características de inovação social identificadas no Distrito Criativo de Porto Alegre – RS/Brasil**

Após estudo detalhado da unidade de análise, mediante dados levantado na literatura, e nas entrevistas, apresenta-se as características identificadas na pesquisa de campo, são elas: rede, relações sociais, colaboração,

satisfação das necessidades humanas, melhoria na qualidade de vida, empoderamento, sustentabilidade, escalabilidade, gestão e coesão social.

#### 4.2.1 Rede

Para o estudo de caso, redes são todas as relações desenvolvidas com parceiros internos ou externos do DC. Assim, a rede ficou evidente de duas maneiras no DC: a rede interna e a rede geral. A rede geral trata das parcerias com indivíduos externos ao projeto DC, enquanto a rede interna são as parcerias formadas pelos próprios empreendedores integrantes do projeto do DC que desenvolvem algum tipo de intercâmbio, com as iniciativas propostas pelos participantes.

Eu acho que é uma rede bem importante de intercâmbio, antes de mais nada, intercâmbio de ideias, de projetos, de informação, de tudo que diz respeito a criatividade e economia criativa, e eu acho que acima de tudo é uma união de forças em prol de um objetivo comum (E10). Eu vejo como positivo a união dos membros, esse trabalho em rede, por existirem diversas áreas passamos de vizinhos, colegas, para clientes pois sempre precisamos de alguns serviços que alguém do distrito possa ter (E15).

Destaca-se que há diferentes atores atuando na rede, dentre eles, destacam-se arquitetos, artistas, artesãos, músicos, produtores culturais, pequenos e médios empreendedores de diferentes setores. Para o E8, o DC é apaixonante “aí eu vim me aproximando aos pouquinhos, por etapas”. Fica evidenciado durante a entrevista é o fato de que todos unem forças em prol de um objetivo coletivo comum. “Desde que a gente chegou aqui fizemos conexões muito legais, afirma o E11. O entrevistado E1, aponta que qualquer morador pode ter ideias para que as iniciativas ocorram.

### 4.2.2 Relações Sociais

As relações sociais são percebidas mediante o envolvimento de diversos atores e setores ao DC. Sendo desde órgãos públicos até empreendedores locais, onde cria-se um ambiente de positivo de colaboração.

[...] em 2015 a prefeitura começou um projeto no 4º Distrito, e eu conheci o CODNOME lá em Barcelona, então como ele vinha pra cá, eu de lá, organizei que ele viesse no Distrito C, que ele conhecesse o Distrito C, né? Já que era no 4º Distrito. A maioria das pessoas da prefeitura não conheciam nada do Distrito C, mas o CODNOME, que vinha de Barcelona sabia que tinha, e falava: “O Distrito C é fantástico” (E1). [...] ligar as pessoas, criar um ambiente onde a informação circulasse melhor, todo mundo se conhecesse[...] e a partir daí deixar isso organicamente se desenvolver e fazer ações positivas, pequenas, médias e grandes (E1). [...] a parceria sobre cada um falar do seu produto, sobre seu negócio é uma certa predisposição favorável a quem faz parte [...] eu comecei a entrar no grupo onde as pessoas contam sua experiência (E4).

É possível identificar nas entrevistas que muitas relações sociais são formadas a partir das parcerias construídas, dos atores envolvidos, das iniciativas promovidas, bem como de diversos lugares do Brasil. O E2 afirmou que já “teve gente que veio do vale do Jequiti Noronha”. Observa-se também que a troca de experiência e conhecimento é um elemento favorável aos desenvolvimentos essas relações. Segundo o E5 existem vários tipos de combinado. “Agente combina com quem quiser expor [...] aí a gente faz parceria com eles pra exporem no bazar”.

### 4.2.3 Colaboração

Nas entrevistas observou-se que a colaboração é um fator recorrente, onde os participantes do DC trabalham de forma conjunta e com um envolvimento pelo bem comum e um sentimento de pertencimento, O entrevistado E2

acredita no coletivo, “eu acho que a gente se unindo tem força”. Quando se trata de um evento que envolve a comunidade, “a rua tá fechada e tá todo mundo convidado [...]pra participar, e eles participam (E1). Ainda para o entrevistado E1, quando uma integrante entra para o DC, “ele gosta dessa coisa mais colaborativa” e também gostam de “pertencer a algo que tem outras pessoas legais” (E1) Observou-se que o trabalho colaborativo, apesar de estar presente, nem sempre ocorre de forma totalmente entrosada, visto que em alguns projetos a colaboração aparece como um desafio, no que diz respeito principalmente à participação da comunidade. A visibilidade do DC é uma questão bastante vulnerável, visto que alguns entrevistados não conheciam o projeto.

O mais difícil são os moradores, porque os moradores estão no mundo deles lá [...] Porque Porto Alegre não conhece o Distrito Criativo, a maioria das pessoas(E1). Maior desafio acredito que a visibilidade. É um grupo que utiliza da força de vontade do idealizador [...] Posso falar como morador também. Não são todos os moradores que sabem do grupo Distrito C, porém os que sabem veem super positivamente. (E15).

Um ponto a se considerar para tal comportamento, é o fato de que ainda falta visibilidade das atividades desenvolvidas pelo DC. O entrevistado E1 destaca que “em 2015 [...] a maioria das pessoas da prefeitura não conheciam nada do Distrito”. Alguns entrevistados chegaram a mencionar o fato do DC não ser um projeto conhecido: “Não deve ter dado certo o projeto, porque nunca ouvi falar” (E16).

#### 4.2.4 Satisfação das necessidades humanas

A satisfação das necessidades humanas se dá a partir do atendimento às questões que não vem sendo amparadas pelo poder público, logo, o DC, a partir do desenvolvimento de iniciativas, atendem uma necessidade da comunidade

local. Para o entrevistado E1, o DC se baseia em pessoas e necessidades locais, “por que elas vivem todo o dia aqui, elas precisam resolver os problemas delas aqui”. Essas necessidades podem ser questões econômica, ambientais, sociais ou até mesmo de estrutura física, no sentido de questões urbanas, como é o caso da Revitalização da Pracinha.

[...] o legal era que tinha tantos objetos físicos para serem vendidos, pessoal que faz cerâmica, mas também tinha apresentação de dança, teve apresentação de poesia, teve um monte de atividade o dia inteiro (E3). A gente tem o chamado “escola fora de hora” e é justamente onde acontece trabalhos voluntários e gratuitos para comunidade, aulas de inglês, aula de programação, aula de excel, aula de várias coisas que as pessoas não tem (E12). Acredito que a instalação do Distrito C trouxe algumas melhorias para a região. É uma região com muito potencial histórico-cultural, que possui uma rede de serviços prontos. De 2013 para cá, percebi mais pessoas circulando nas ruas e principalmente, melhoria nos imóveis, recuperação, conservação (E15).

Ao promoverem ações com oficinas, como a iniciativa do Dia Verde, Jardins de Chuva e a Farrapos Florida, geram empoderamento na comunidade local a partir do compartilhamento de conhecimentos, que de certa maneira é uma necessidade humana também, já que tais iniciativas não vêm sendo promovidas pelo poder público. Para o entrevistado E1 “quanto mais lugares bacanas, um público melhor, é melhor do que ser um lugar esquecido, como era no passado”.

#### 4.2.5 Melhoria na qualidade de vida

Pelas entrevistas observou-se que qualidade de vida pode melhorar, pois apesar de possuírem locais que possibilitem desfrutar experiências diferenciadas, como gastronômicas, musicais, artísticas, entre outras, a região do 4<sup>o</sup> Distrito enfrenta dificuldades como a falta de segurança, espaços urbanos deteriorados, problemas com lixo, edificações degradadas, pichadas e abandona-

das, prostituição, drogas e alagamentos são alguns exemplos mencionados nas entrevistas. Para o entrevistado E1, “a gente continua com os mesmos problemas urbanos, que já fazem quatro anos, tem problema de alagamento, problema de lixo e segurança”. Para o entrevistado E15 região do DC “precisaria de mais diversidade de uso e horários, pra que iniba um pouco a violência”. Entretanto, diversas reuniões estão sendo realizadas com o propósito de melhorar a vida dos moradores da região.

E essa questão de segurança que é uma questão que já fizemos duas reuniões. A gente foi falar na brigada militar e a brigada: É o seguinte, a gente não tem viatura, e se tem viatura não tem gasolina (E1).

Conforme observado nas falas dos entrevistados, nota-se uma forte preocupação com a questão da segurança. Essa preocupação estende-se desde a comunidade local até aos visitantes. Por algumas ruas existem cartazes evidenciando o perigo, com os dizeres “atenção, área de assalto”. Esta forma de chamar atenção ao fato da insegurança local, foi uma alternativa dos moradores locais.

Essa rua aqui, tem um problema de segurança [...] você reparou nos cartazes? do ponto de vista do morador tem uma lógica chegar e colocar o cartaz [...] mas do ponto de vista de quem tá aqui, não é uma boa política (E1).

Entretanto, muitos pontos já foram melhorados desde o início do projeto DC. A qualidade de vida da comunidade local, e até mesmo dos empreendedores partícipes do projeto, vem melhorando de forma significativa com as iniciativas promovidas pelo DC.

[...] mas mesmo aqui, tu percebe a vizinha, do quanto foi importante a revitalização da casa, porque deu movimento. Hoje representamos quase o faturamento total do posto, porque a gente usa o estacionamento do posto (E3). Acaba que o Distrito Criativo, as atividades, as ações, que se costuram em torno disso, vai desmistificar, acabam des-

mistificando esse tipo de coisa [...] E eu acho que a força do Distrito C e outras ações que acontecem aqui também acabam resolvendo isso [visibilidade negativa e insegurança] (E10). O Distrito C faz muito bem para a região do 4º distrito e principalmente para o bairro Floresta, onde concentram-se a maior parte dos membros [...] nos últimos 2 anos, presenciei que deu uma diminuída nos relatos de furtos, roubos e assaltos [...] O impacto social que o projeto gera para a região é muito positivo também, trouxe grandes melhorias (E15).

Para o entrevistado E15, os membros participantes do DC, com a inauguração de seus negócios na região, possibilitam mais pessoas circulando na localidade e este fato desenvolve de forma positiva o entorno.

#### 4.2.6 Empoderamento

Tornar as pessoas mais capazes é um dos objetivos do projeto que está explícito nos documentos analisados e também nas entrevistas. Neste sentido, o sentimento de pertencimento e empoderamento é algo que motiva os envolvidos no DC a estarem mais ativos na comunidade. Para o entrevistado E4, o projeto “ajuda no resgate da autoestima e cria uma situação de orgulho”. Os entrevistados se demonstraram orgulhosos por fazerem parte do DC. Demonstraram-se satisfeitos por pertencerem ao projeto, uns pela possibilidade de formar uma rede, outros por sentirem que podem fazer algo e nesse sentido transformar o seu cotidiano e de quem está a sua volta (E5).

[...] me dá muito orgulho, de poder fazer parte [...] Eu ajudo a divulgar muito. Eu faço stories ali e esqueço até da minha loja [...] hoje eu acho que tá nítido na sociedade, são coworkings, são parcerias, é só assim pra gente mudar alguma coisa ne? (E6).

Apesar dos entrevistados não mencionarem o termo “empoderamento”, esse sentimento de orgulho por pertencer ao Distrito C contribui para gera-

ção de mudanças sociais, ambientais, econômicas, físicas e até mesmo governamentais. Pois o orgulho os mantém engajados a promoverem iniciativas que impactam positivamente em tais aspectos.

#### 4.2.7 Sustentabilidade

O termo sustentabilidade não é mencionado de forma clara nas entrevistas, no entanto, pode-se considerar que o projeto DC é sustentável, visto que a sustentabilidade é uma forma de atuação que se tornou permanente e que suas ações não comprometem de maneira negativa as próximas gerações. O projeto se mantém por empenho dos próprios integrantes e idealizador e torna-se viável pela força da rede interna.

O Distrito C são eles [INTEGRANTES DO PROJETO] trabalhando todos os dias, isso é o Distrito C, e a união deles, uma união que as vezes tá mais próxima e acaba resultando numa ação coletiva, ou uma união que é meramente assim, digital, que eles estão sabendo o que os outros estão fazendo, e as vezes se envolvem (E1).

Observa-se que o vínculo entre os participantes se mantém, independente da falta de parcerias da rede geral e recursos externos. Para o entrevistado E15 “tudo o que acontece é por nós [...] o grupo conta com aproximadamente 100 membros”. Neste sentido, a sustentabilidade é uma preocupação identificada no projeto.

#### 4.2.8 Escalabilidade

A maneira como as iniciativas foram descritas pelos entrevistados, possibilitou considerá-las como escaláveis, já que é possível que tais ações se-

jam desenvolvidas em outros contextos e em outros locais. A ação “Jardins de Chuva” por exemplo, foi realizada em várias cidades, e em Porto Alegre, o DC foi o local escolhido para realização dessa iniciativa. No entanto, se houvesse uma preocupação em como cada iniciativa é desenvolvida, a escalabilidade teria maior sucesso.

A possibilidade de escalar as iniciativas também é identificada a partir dos bazares, mostras culturais e festivais realizados, pois as parcerias podem se modificar e essas ações serem desenvolvidas em diferentes áreas e com diferentes propostas. Para o entrevistado E2, essa escalabilidade é possível, visto que podem propor em qualquer localidade “Agora isso vai para um café do centro, e depois que fizermos esse roteiro eu vou propor para algum café daqui” (E2).

#### 4.2.9 Gestão

Três tipos de dificuldades foram pautados pelo idealizador do projeto sobre a gestão. A primeira quanto ao aumento do número de participantes do DC, a segunda dificuldade mencionada sobre a gestão foi quanto a gestão colaborativa das iniciativas propostas e a terceira, quanto a necessidade de se ter uma pessoa fazendo a rede funcionar (E1).

Quando se faz algum evento, se convida a comunidade, [...] é muito difícil você tentar alinhar. Já é difícil alinhar só os participantes, se trás os moradores, cada morador acha uma coisa diferente, então eu prefiro assim, trabalhar com eles, e a partir deles isso vai impregnando (E1). Precisa alguém sempre ligando, porque a tendência é dispersar, a tendência é cada um ficar resolvendo os seus problemas [...] Nesse período não aconteceu praticamente nada no Distrito C, apesar

de que eu de longe ainda ter contato, e a gente fazer coisas e conversar e eu divulgar (E1).

Ficou evidente a necessidade de um líder envolvido em todo o processo de gestão, visto que o envolvimento da comunidade não está em um estágio amadurecido. Assim, existe a necessidade de ter líderes chaves para que a gestão ocorra de forma colaborativa. Observou-se uma tendência a cada dos participantes dispersarem e a resolução dos problemas ocorrer de forma individualizada sem a presença desta liderança.

#### 4.2.10 Coesão social

Esse termo não foi citado por nenhum dos entrevistados de uma forma direta. Entretanto, tendo em vista que se trata de um elemento constituinte do grupo social, considera-se uma característica inerente ao DC. Os participantes aderem ao projeto, como forma de pertencer a um grupo, com objetivos comum e o DC se apresenta algumas vezes como um grupo muito coeso e as vezes como pouco coeso, a depender do projeto que os grupos se envolvem.

## 5 Discussão

O poder transformador da IS, como um mecanismo de contribuição para a RU, deriva do seu potencial de mudança, sendo ela local ou em contextos políticos, socioeconômicos e culturais específicos. A IS pode abrir janelas para um diálogo mais democrático, compartilhamento de conhecimento e visões compartilhadas com os cidadãos e associações cívicas, a fim de imaginar soluções socialmente inovadoras que abordam as necessidades das pessoas e dos territórios (Nyseth & Hamdouch, 2019).

A literatura demonstrou a relevância de tratar os projetos de RU nor-

teados pelas características da IS, Ostanel (2017); Trillo (2019) e o estudo de caso possibilitou identificar que as características que emergiram no campo estão alinhadas com os identificados na literatura.

Entretanto, algumas das características da IS identificadas em campo carecem de mais atenção, de modo a contribuir de maneira mais satisfatória na RU local. Como é o caso da colaboração e trabalhos em rede. Tais características estão alinhadas com a literatura de RU, o que reforça ainda mais o trabalho em conjunto dos construtos dessa pesquisa para garantir sucesso às iniciativas/projetos.

A gestão, sustentabilidade e escalabilidade são características que necessitam de um olhar mais aprofundado pelos participantes do DC, já que para elaboração de projetos de RU é indispensável considerar uma gestão estratégica, como forma de atingimento dos objetivos (Amado, 2005). Assegurar a efetividade e sustentabilidade de políticas e programas urbanos é preocupar-se com a escalabilidade das iniciativas, já que o modelo escalável se utiliza de estratégias para disseminar a o conhecimento e a inovação

No que diz respeito a rede, mais especificamente a rede geral é fundamental, que se tenha parcerias externas. Um maior apoio do poder público contribuiria com recursos e políticas públicas que auxiliariam para maior alcance das iniciativas. No quesito relações sociais e colaboração, é vital ao DC engajar mais relações sociais e colaboração da comunidade local, visto que recursos financeiros, infraestrutura, acesso à rede, network, alianças estratégicas, laços informais (voluntariado) e até recursos organizacionais e de assessoria empresarial são alcançados a partir das parcerias firmadas entre os atores locais. (Unceta & Castro-Spila, 2015). A ativação de novas conexões e colaborações além do nível de bairro, bem como a construção de relações sociais dentro espaços públicos inéditos contribuem para RU e geram impactos positivos para região (Ostanel, 2017).

Todavia, essas dificuldades não são exclusivas do DC, a revisão sistemática da literatura possibilitou identificar que mesmo que as características da IS contribuam para RU, obstáculos ainda são encontrados. Os desafios que dificultam a RU identificados na literatura dizem respeito ao processo participativo da comunidade Queirós (2010) Radywyl e Bigg (2013); Ostanel (2017), políticas públicas Ostanel (2017); Nemoto e Biazoti (2017); Saporito (2017) e recursos André e Rousselle (2010); Ostane (2017).

A bibliografia traz uma forma de driblar uma grande dificuldade enfrentada pelo DC, a falta de relação com o poder público. Saporito (2017) sugere que a partir da implementação do projeto de RU e a demonstração dos resultados que estão sendo alcançados ao poder público, este poderia reconhecer a efetividade do projeto e passar a contribuir para que maiores resultados fossem alcançados.

Tal qual a bibliografia aponta soluções para falta de relação com o poder público, ela também literatura reforça a importância da IS para RU. Trillo (2019) aponta que as características das IS em projetos de RU possibilitam um crescimento inclusivo e alcançam resolutivas dos desafios sociais. Já Mahmoud e Bevilacqua (2019) acreditam que a IS pode ser utilizada como uma abordagem para a qualidade de vida individual e coletiva, podendo partir da satisfação das necessidades humanas (materiais e não materiais), relações sociais entre indivíduos e grupos em diferentes escalas espaciais, empoderamento, com iniciativas de micro nível trazendo mudanças positivas no nível macro.

Khan et al. (2017) acredita que os projetos com características de IS que visam alcançar uma RU, geram um engajamento da população, pois as comunidades participam ativamente no planejamento de suas comunidades e na visão futura das cidades, transformando a gestão nas mesmas. Bagaini et al. (2017) complementa dizendo que as características da IS inspiram e orientam os

projetos de RU, envolvendo os cidadãos e suas necessidades, proporcionando o empoderamento da comunidade.

Radywyl e Bigg (2013) apontam que as características da IS em RU proporcionam um aumento nas relações sociais e colaboração entre os membros da comunidade e sua vizinhança, tornando-se potenciais em longo prazo como uma solução urbana sustentável. Enquanto Nemoto e Biazoti (2017) complementam indicando que as ações que partem da satisfação das necessidades humanas promoverem transformação nas relações sociais e capacitação dos cidadãos e bairros.

E para fechar o reforço que a literatura traz a respeito da relevância das características de IS para RU, Queirós (2010) aponta que projetos de RU que emergem de uma necessidade social não atendida, proporcionam melhoria da qualidade de vida e promovem empoderamento, participação da comunidade e resultam em desenvolvimento urbano sustentável, podendo tornar-se muito mais explorada se partir de um modelo escalável.

## 6 Conclusões

Tendo como aporte a literatura de RU e IS, a pesquisa de campo realizada no DC de Porto Alegre, possibilitou evidenciar que características da IS podem contribuir para RU, sendo elas: redes, relações sociais, colaboração, empoderamento, sustentabilidade, escalabilidade, satisfação das necessidades humanas, melhoria da qualidade de vida, além da coesão social e gestão.

Deste modo, esta pesquisa fortalece a evidência de que a rede (interna e geral, como encontrada no estudo de caso) possibilita o envolvimento entre os atores, que aponta para novos arranjos sociais, econômicos, financeiros, cul-

turais e políticos, por meio de um processo construído de forma colaborativa e difundido por meio do compartilhamento do conhecimento. Assim como as redes, as relações sociais, colaboração e coesão social se fazem importantes para RU, pois a relação social está relacionada com os atores e parceiros envolvidos nos projetos e iniciativas, a colaboração mostra que quanto maior a colaboração entre os atores, maior a contribuição ao desenvolvimento de projetos para RU e a coesão social permite que os indivíduos do grupo possuam motivação, advinda de diferentes naturezas, que mantém a união e funcionamento do grupo.

A gestão, sustentabilidade e escalabilidade também se demonstraram muito relevantes para promoção de RU, pois a gestão é responsável por manter as intercorrências e intervenientes do processo em equilíbrio, assegurando a conclusão dos projetos, a sustentabilidade mantém as implementações vivas e a escalabilidade possibilita o maior alcance das iniciativas que contribuem para RU. A satisfação das necessidades humanas, a melhoria na qualidade de vida e o empoderamento apresentam-se como resultados positivos de RU à luz de IS.

Apesar da pesquisa apresentar limitações visto ter sido estudado em um único caso, a mesma evidencia a necessidade de mais estudos correlacionando a visão do poder em relação ao DC. Este fato é salientado, pois durante a pesquisa foi identificado um desconhecimento por parte das instituições governamentais. Entretanto esta pesquisa apresenta contribuições científicas relevantes, pois amplifica o conhecimento científico sobre o assunto e possibilita que gestores urbanos orientem suas estratégias de implementação de projetos de regeneração urbana à luz da inovação social.

## 7 Referências bibliográficas

André, I, & Reis, J. (2009). O circo chegou à cidade! Oportunidades de inovação sócio-territorial. *Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia*, 88, 79–94.

André, I, & Rousselle, M. (2010). Estratégias sociais criativas em Barcelona: O caso do walden-7. *Finisterra–Revista Portuguesa de Geografia*, 90, 71–90.

Anderson, T, Curtis, A & Wittig, C. (2014). *Definition and theory in social innovation*. Krems, Austria: Danube University.

Angelidou, M, & Psaltoglou, A. (2017). An empirical investigation of social innovation initiatives for sustainable urban development. *Sustainable Cities and Society*, 33, 113–125.

Amado, MP. (2005). *Planeamento urbano sustentável*. Caleidoscópio.

Bagaini, A, Balmas, Z, Koryakina, A, Mangiatordi, A, Jlenia Pesce, B & Reccia, C. (2017). Multidisciplinary approach for a new vision of urban requalification. Multi-scale strategies of social innovation, economic improvement and environmental sustainability practices. *The Design Journal*, 20(1): 4778–4780.

Bignetti, LP. (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1): 3–14.

Bodart, CN. (2019). O conceito de coesão social. *Blog Café com Sociologia*. 2016. Disponível em: < <https://cafecomsociologia.com/para-entender-de-uma-vez-o-que-e-coesao-social/>>.

Braun, V, & Clarke, V. (2017). Thematic analysis. *Analysing qualitative data in psychology*. *The Journal of Positive Psychology*, 12(3), 297– 298, DOI: 10.1080/17439760.2016.1262613.

Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42–51.

Carter, A, & Roberts, P. (2000). Strategy and partnership in urban regeneration. *Urban regeneration*.

Couch, C, Sykes, O, & Börstinghaus, W. (2011). Thirty years of urban regeneration in Britain, Germany and France: The importance of context and path dependency. *Progress in planning*, 75(1): 1–52.

Cunha, J, & Benneworth, P. (2013). Universities' contributions to social innovation: towards a theoretical framework.

Creswell, JW. (2010). Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 296 p.

Di Prete, B, & Mazzarello, M. (2017). Towards a new “urban sensitivity”. The role of design as support to social innovation. *The Design Journal*, 20(1): 3589 – 3600.

Evans, J, & Jones, P. (2008). Rethinking sustainable urban regeneration: ambiguity, creativity, and the shared territory. *Environment and Planning A*, 40(6): 1416–1434.

Figueiredo, SDY. (2020). Regeneração Urbana à luz da Inovação Social: um estudo de caso no Distrito Criativo de Porto Alegre (Dissertação de mestrado). Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil.

García, M, Eizaguirre, S & Pradel, M. (2015). Social innovation and creativity in cities: A socially inclusive governance approach in two peripheral spaces of Barcelona. *City, Culture and Society*, 6(4): 93 – 100.

Igreja, JFS. (2016). Estratégias na regeneração urbana: uma nova metodologia (Doctoral dissertation).

Khan, Z, Dambruch, J, Peters–Anders, J, Sackl, A, Strasser, A, Fröhlich, P & Soomro, K. (2017). Developing knowledge-based citizen participation platform to support Smart City decision making: The Smarticipate case study. *Information*, 8(2): 47.

Li, X., Zhang, F., Hui, E. C. M., & Lang, W. (2020). Collaborative workshop and community participation: A new approach to urban regeneration in China. *Cities*, 102, 102743.

Mahmoud, IH, & Bevilacqua, C. (2018). Make Public Spaces Great Again Using Social Innovation Reflections from the Context of Downtown San Diego as a Cultural District. In *International Symposium on New Metropolitan Perspectives*, 406 – 415. Springer, Cham.

Martinez–Fernandez, CM, Audirac, I, Fol, S & Cunningham–Sabot, E. (2012). Shrinking cities: Urban challenges of globalization. *International journal of urban and regional research*, 36(2): 213–225.

Mendes, L. (2013). A regeneração urbana na política de cidades: inflexão entre o fordismo e o pós-fordismo. *Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 5(1): 33–45.

Murray, R, Caulier–Grice, J, & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. London: National endowment for science, technology and the art.

Nemoto, EH, & Biazoti, AR. (2017). Urban agriculture: How bottom-up initiatives are impacting space and policies in São Paulo. *Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society*, 5(3): 21–34.

Nyseth, T, & Hamdouch, A. (2019). The transformative power of social innovation in urban planning and local development. *Urban Planning*, 4(1): 1–6.

Oatley, N. (1995). Competitive urban policy and the regeneration game. *The Town Planning Review*, 1-14.

Oeij, PR, van der Torre, W, Vaas, F & Dhondt, S. (2019). Understanding social innovation as an innovation process: Applying the innovation journey model. *Journal of Business Research*, 101, 243-254.

Ostanel, E. (2017). Urban regeneration and social innovation: the role of community based organisations in the railway station area in Padua, Italy. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, 11(1): 79-91.

Piqué, J. (2019). Bem Vindo ao Distrito C!.UrbsNova, Porto Alegre. Disponível em: <<https://distritocriativo.wordpress.com/>>.

Pultrone, G. (2017). Urban regeneration as an opportunity of social innovation and creative planning in urban peripheries. *Techne. Journal of Technology for Architecture and Environment*, 139-146.

Prim, MA, de Aguiar, RRS, & Dandolini, GA. (2017). Banco de Palmas: um caminho para o Empoderamento Comunitários através da Inovação Social. *Produção em Foco*, 7(1).

Queirós, M. (2010). Integrated Urban Revitalisation in Montreal: lessons from local development initiatives. *Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia*, (89): 47-77.

Radywyl, N, & Biggs, C. (2013). Reclaiming the commons for urban transformation. *Journal of Cleaner Production*, 50, 159-170.

Roberts, P, & Sykes, H. (Eds.). (2000). *Urban regeneration: a handbook*. Sage.

Saporito, E. (2017). OrtiAlti as urban regeneration devices: An action-research study on rooftop farming in Turin. *Journal on Food, Agriculture and Society*. Witzhausen: University of Kassel, Department of Organic Food Quality and Food Culture. 5(1): 59-69.

Silva, ERADC. (2018). *Agenda 2030: ODS-Metas nacionais dos objetivos de desenvolvimento sustentável*.

Sanzo, MJ, Alvarez, LI, Rey, M & García, N. (2015). Business-nonprofit partnerships: a new form of collaboration in a corporate responsibility and social innovation context. *Service Business*, 9(4): 611-636.

Son, M. (2018). 'Urban regeneration'to 'Social regeneration': Culture and social regeneration through the culture city of east asia event initiative in Cheongju South Korea (Doctoral dissertation, University of Sheffield).

Turcu, C. (2012). Local experiences of urban sustainability: Researching Housing Market Renewal interventions in three English neighbourhoods. *Progress in planning*, 78(3): 101-150.

Trillo, C. (2018). The rise of the co-creative class: sustainable innovation-led urban regeneration. In *International Symposium on New Metropolitan Perspectives*, 411-421. Springer, Cham.

United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development*. Seventieth United Nations General Assembly, New York, 25, 2015. Disponível em: <[http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/69/L.85&Lang=E](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/69/L.85&Lang=E)>.

Unceta, A, Castro-Spila, J, & Garcia Fronti, J. (2016). Social innovation indicators. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2): 192-204.

Yin, RK. (2010). *Estudo de Caso: Planejamento e métodos*. Bookman editora.

## Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

# Economia criativa em Alagoas: uma análise do mercado e da criatividade setorial

**FRANCISCO JOSÉ PEIXOTO ROSÁRIO**

Universidade Federal de Alagoas (UFAL)  
francisco.rosario@feac.ufal.br

**DÉBORA CRISTINA DA SILVA LIMA**

Serviço de Brasileiro de Apoio a Pequena Empresa em Alagoas (SEBRAE/AL)  
debora.lima@al.sebrae.com.br

**GILSON FRANCISCO DE CASTRO**

Universidade Federal de Alagoas (UFAL)  
gilson.castro@feac.ufal.br

# Economia criativa em Alagoas: uma análise do mercado e da criatividade setorial

## 1 Introdução

O conceito de indústrias criativas<sup>1</sup> é relativamente novo, e conecta as atividades econômicas relacionadas com a cultura e outras conhecidas com indústria de direitos autorais nas definições presentes em vários órgãos de vários países.

A definição clássica é do Department for Digital, Culture, Media & Sport (DCMS), da Inglaterra, que define as indústrias criativas como “indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm um potencial de riqueza e criação de empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual” (DCMS, 2021).

---

<sup>1</sup> Nesse trabalho será utilizado o conceito de indústrias criativas, no sentido proposto pela FIRJAN e pela definição internacional do Ministério da Cultura, Mídia e Esportes da Inglaterra (DCMS). Aqui, indústrias criativas e economia criativa serão considerados conceitos intercambiáveis, haja vista que se considera como indústrias as atividades que têm suas origens na criatividade, habilidade e talento individual e que têm potencial para riqueza e criação de emprego através da geração e exploração de propriedade intelectual.

A Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI/WIPO), tem sua definição orientada para a questão da propriedade intelectual e traz que: “As indústrias criativas incluem um diversificado grupo de atividades, todas as quais dependem de um maior ou menor grau de contribuição do trabalho original e sua proteção por meio de vários direitos de propriedade intelectual. Eles ligam elementos importantes de nossa herança artística e cultural compartilhada com um futuro baseado na transferência digital de quantidades cada vez maiores de informações e conteúdo” (WIPO, 2017).

Para a United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), a economia criativa não tem uma definição única, pois pode ser considerado um conceito em evolução que se baseia na interação entre a criatividade, ideias, propriedade intelectual, conhecimento e a tecnologia (UNCTAD, 2021). Para a Unctad (2021), as atividades da economia criativa incluem publicidade, arquitetura, artes e ofícios, design, moda, filme, vídeo, fotografia, música, artes cênicas, editoras, pesquisa e desenvolvimento, software, jogos de computador, publicação eletrônica e TV / rádio.

Para esse artigo utiliza-se o conceito da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN (2011), que trata as indústrias criativas como “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários”.

O conceito de indústria criativa e economia criativa serão utilizados como sinônimos, e se assume o último como palavra-chave nesse artigo.

A abordagem em indústria criativa, onde a criatividade é um nome genérico para um conjunto de atividades que ofertam novos conteúdos e novas ideias, novas histórias e designs, nova arte e arquitetura, novo tipo informação e como tratar com ela e, finalmente, novas soluções a problemas que quando conectados ao mercado permitem o surgimento de novas tecnologias com novos

comportamentos de consumo. Ou seja, as indústrias criativas também propiciam inovação.

Essas indústrias não só facilitam o surgimento da novidade, mas também o trabalho de incorporação e adaptação das novas tecnologias as atividades tradicionais (por meio do design e publicidade, por exemplo), bem como a incorporação dessas tecnologias no processo educacional formal, como o ensino de robótica, programação, além de artes, teatro, música e habilidades manuais.

A indústria criativa está envolvida em todos os estágios do processo de inovação, portanto, é possível entender essa indústria para além de uma cadeia produtiva apenas, mas integrado no sistema de inovação local. E, na visão de (Florida et. al., 2008) existe uma classe criativa que ocupa um lugar nesse novo mundo com grande poder de reorientar a organização das cidades e do trabalho sendo a criatividade um ativo-chave para a nova era, como o caso do mundo digital e suas múltiplas oportunidades nesse novo paradigma.

Esses autores trabalham na perspectiva de três perspectivas de oportunidades de mercado: 1) a tecnológica, que reúne a inovação, com produtos originais, ideias e tecnologias; 2) a perspectiva econômica, que inclui o empreendedorismo e a transformação desse talento em novos negócios e indústrias, e 3) a cultura e as artes, que congregam a habilidade de inventar novas possibilidades de pensar sobre o mundo, novas expressões artísticas com novas formas e novos conceitos.

Essas três perspectivas, nesse trabalho, serão desdobradas numa análise setorial das Indústrias Criativas em Alagoas, observando setores econômicos presentes na indústria e na capacidade criativa endógena em cada setor criativo na economia alagoana.

Assim, esse artigo<sup>2</sup> tenta responder a seguinte questão: qual é a estrutura de mercado dos setores e como isso impacta no potencial de criatividade setorial? E tem como objetivo descrever a estrutura de mercado da economia criativa e calcular um índice para a criatividade para os setores criativos relevantes do estado de Alagoas.

## 2 Procedimentos metodológicos

Este artigo abrange o estado de Alagoas e é fruto de uma pesquisa financiada pelo SEBRAE/AL com o objetivo de mapear a cadeia produtiva da economia criativa no estado. O presente estudo faz uso de dados secundários da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) da Secretária Especial de Trabalho e Emprego (SETE) do Ministério da Economia do Brasil (ME), para o período de 2011 a 2018, com vários recortes temporais dentro desse intervalo.

Para a utilização da base de dados da SETE, a RAIS, era imprescindível a homogeneização dos dados para os conceitos de setores, categorias e ocupações da economia criativa citadas no **Observatório Itaú Cultural de Economia Criativa** e em (Bakhshi et al., 2013).

Essa homogeneização foi realizada abrindo a partir da base de dados da RAIS, a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) e as seções, classes e subclasses do CNAE 2.0 para identificar as equivalências do que está citado no Observatório Itaú Cultural de Economia Criativa e em (Bakhshi et al., 2013).

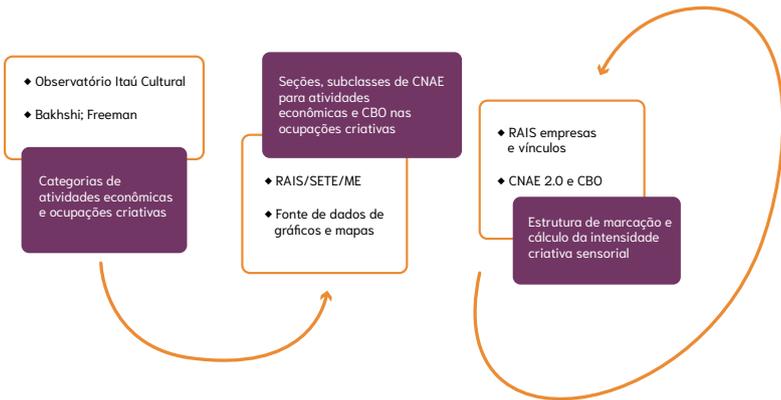
Embora esses modelos não consigam captar as movimentações eco-

---

2 Esse artigo é resultado de um trabalho de pesquisa financiado pelo SEBRAE/AL, cujo objetivo foi subsidiar o órgão na definição de suas estratégias de atuação junto aos atores da economia criativa em Alagoas.

nômicas advindas dos empregos informais e, principalmente, dos fluxos de renda das atividades artísticas, populares e alternativa, teve-os por opção, por se tratarem de estudos de referência entre a literatura relacionada. Então, inicialmente foi calculado a evolução dos empregos e empresas ao longo dos últimos cinco anos em Alagoas. Foi calculado, também, o salário médio da economia criativa e a distribuição dos salários. Na figura 1 estão descritos os passos da homogeneização e utilização dos dados pesquisados.

**Figura 1 – Passos metodológicos para a homogeneização de setores, categorias e ocupações da economia criativa.**



Fonte: elaborado pelos autores.

Os fundamentos teóricos analíticos para o entendimento sobre a estrutura de mercado dos diversos setores estão no trabalho de (Scherer & Ross, 1990, Ferguson & Ferguson, 1994), cujo autores trabalham com a perspectiva da análise econômica conhecida como Estrutura – Conduta – Desempenho, onde se analisa as condições básicas do mercado, tanto do lado da oferta, como da demanda de fatores de produção necessários para uma indústria ou mercado em particular, além do número de empresas e seu tamanho, das fontes de diferenciação (nesse artigo considerado o índice de capacidade criativa setorial) e do desempenho setorial em termos de emprego, por exemplo.

Nessa perspectiva, o presente trabalho argumenta que a economia criativa é um setor amplo e heterogêneo que requer várias abordagens para a interpretar da melhor forma possível o funcionamento e condição do conjunto de atividades que compõe o setor. A razão para isso é que se entende aqui que o valor da arte e da cultura, em um sistema econômico é dinâmico, pois há mudança e migração de valor a partir dos diversos processos de busca, experimentação, inserção e seleção do intangível na economia.

Como proxy para o grau de diferenciação setorial e capacidade de sobrevivência via criação de novidades, foi utilizado o índice de intensidade criativa setorial, desenvolvido pelo Observatório Itaú Cultural. Nesse indicador de capacidade criativa setorial, assume-se que existe um potencial especial de geração de crescimento econômico nos setores que geram valor pela criatividade, especialmente com a ascensão da importância das atividades baseadas em conhecimento (Itaú Cultural, 2021). O impacto das atividades criativas na economia é observado a partir da participação do emprego das referidas atividades dentro de cada setor analisado.

A intensidade criativa é o número de ocupações criativas em cada setor frente ao número total de empregos criativos na seção do CNAE a qual o

setor faz parte, conforme a equação 1. Ao final o índice indica um percentual de empregos criativos de um setor em particular em relação a totalidade (100%) dos empregos daquele setor. Por ser percentual o índice varia de 0 a 100.

### Equação 1 – Intensidade Criativa

$$VI = \frac{\sum_i TC_i}{\sum_i TT_i}$$

Em que:

$TC_i$  = Trabalhadores criativos no setor  $i$  no período  $t$  (trimestre/ano) no Brasil;

$TT_i$  = Total de trabalhadores no setor  $i$  no período  $t$  (trimestre/ano) no Brasil.

Para calcular a intensidade criativa, foi utilizado a conceituação proposta pelo Observatório Itaú Cultural e presente em Bakhshi et al. (2013), mas devidamente adaptada para os dados estaduais disponíveis na RAIS/SETE, uma vez que o Observatório Itaú Cultural agrega os dados para todo o Brasil.

Nas subseções do texto que estão a seguir, serão detalhadas as seções CNAE 2.0, as categorias da economia criativa que estão contidas nas seções e as atividades econômicas da economia criativa contidas nas categorias.

### 3 Resultados e discussões

Alagoas é um estado com 3,3 milhões de habitantes, renda domiciliar per capita de R\$ 730,00, cujo principal produto exportado em 2018 foi açúcar, com 48,6% do total de exportações do estado, segundo a (DATAVIVA/SECEX, 2020).

A economia criativa alagoana apresenta um mercado de 0,8% do PIB estadual segundo dados do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, da (Firjan/Senai, 2019). Isso significa cerca de R\$ 400 milhões, em 2020. No entanto, o pesquisador e especialista em economia criativa Elder Maia, da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), apontou que o impacto da economia criativa no estado de Alagoas é de cerca de 2,4% do PIB (Sebrae/AL, 2020), com um potencial impacto de quase R\$ 1,1 bi em diversos modelos de negócios possíveis de serem desenvolvidos localmente. Esse seria, portanto, o potencial de impacto no mercado interno da economia criativa alagoana.

No Brasil o consumo em economia criativa atinge cerca de 7,5% do orçamento familiar segundo a Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE (POF/IBGE, 2020), em Alagoas esse percentual representa um valor de R\$ 110,00 por unidade familiar, em média.

Para entender a estrutura do mercado da economia criativa e seus setores determinantes para Alagoas, foi adaptada as categorias propostas pelo relatório do **Observatório do Itaú Cultural** para a Economia Criativa. As categorias utilizadas pelo Observatório originalmente são: moda; atividades artesanais; editorial; cinema, música, fotografia, rádio e TV; tecnologia da informação; arquitetura; publicidade e serviços empresariais; design; artes cênicas e artes visuais; museus e patrimônio.

A adaptação do Quadro 1 está no fato do uso de dados da CNAE 2.0 ao invés da CNAE domiciliar, além do que, em Alagoas não há empregos formais para todas as atividades destacadas no Observatório do Itaú Cultural.

### Quadro 1 – Categorias e Seções CNAE relevantes para a economia criativa em Alagoas.

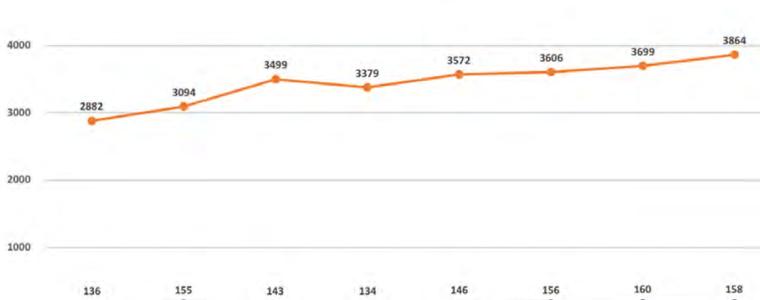
Categorias	Seção CNAE 2.0
Moda	Indústria de transformação
Atividades artesanais	
Editorial	Informação e comunicação
Cinema, música, fotografia, rádio e tv	
Tecnologia da informação	
Publicidade	
Arquitetura	Atividades Profissionais
Design	
Artes cênicas e artes visuais	Artes, cultura, esportes e recreação
Museus e patrimônio	

Fonte: Adaptado pelo autor da segmentação pelo Observatório da Economia Criativa (Itaú Cultural)

Em Alagoas, de acordo com os dados da Secretaria Especial do Emprego e Trabalho do Ministério da Economia – RAIS/SETE (2020), havia 4.022 empregos formais nas atividades vinculadas aos setores pesquisados da economia criativa (Figura 2).

Houve crescimento do número de empregos nas categorias que compõe a economia criativa em Alagoas no período em tela, isso se deve devido a estrutura da economia alagoana que é baseada em serviços. Então, as ativi-

**Figura 2 – Evolução do emprego formal nas Atividades da Indústria Criativa em Alagoas.**



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE (2020).

dados dos setores de serviços são as que mais ofereceram oportunidades de emprego entre 2011 e 2019.

O mercado de trabalho da economia criativa tem algumas características diferenciadas propostas por Menger (2015, p. 150), tais como:

- a) É um mercado de trabalho mais flexível, portanto, com maior flutuação entre as atividades e geralmente o trabalhador não tem como única fonte de renda a atividade criativa.
- b) Modelo de aferição de desempenho diferente de atividades tradicionais, pois a atividade criativa os elementos de produtividade perdem o sentido, a não ser quando estão no universo digital.
- c) Sinalizador de qualidade são eventos de competição e editais, pois não é possível dizer se um projeto de filme, uma música ou uma es-

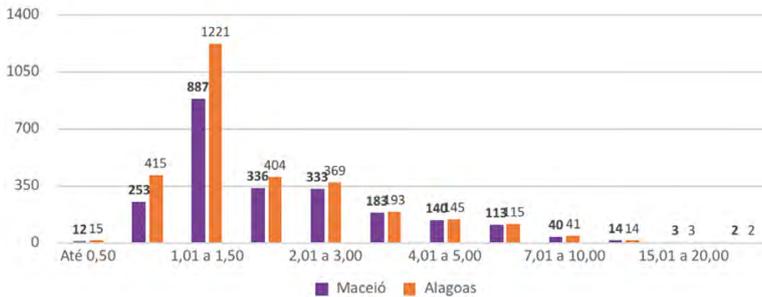
cultura é melhor que outra similar, mas apenas quando submetidos a critérios externos.

d) Desigualdade nos ganhos entre os trabalhadores das diversas atividades.

Essas características refletem na desigualdade nos ganhos dos empregados formais na economia criativa (Figura 3). Os empregos tanto em Maceió, como em todo o estado de Alagoas estão na faixa de 1 a 2 salários mínimos, não havendo diferenciação para a capital, onde se esperava salários maiores.

Observa-se também que Maceió concentra a maioria dos empregos formais na economia criativa em Alagoas, isso indica não só o tamanho do mercado da capital alagoana para essas atividades, mas também a complementaridade da economia criativa com o turismo, pois a capital é o principal produto turístico do estado.

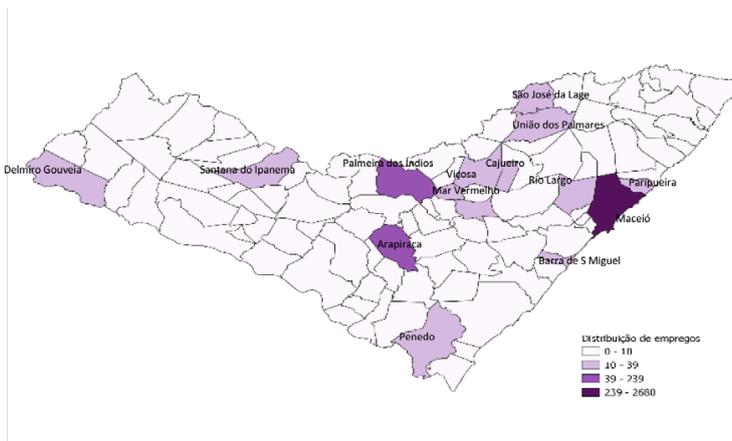
**Figura 3 – Distribuição da renda do trabalho na Indústria Criativa em Maceió e em Alagoas.**



Fonte: elaborado pelo autor com dados da RAIS/SETE (2020).

A distribuição dos empregos na economia criativa em Alagoas pode ser visualizada na Figura 4. A maior densidade de empregos encontra-se em Maceió, particularmente nos setores de Audiovisual e TI, contudo, artesanato e moda também são representativos na capital. No Pontal da Barra, em Maceió, existe longa tradição familiar do artesanato com várias micro-empresas registradas com empregos direcionados para os familiares.

**Figura 4 – Densidade dos empregos em economia criativa nos setores representativos em Alagoas.**



Fonte: elaborado pelos autores com dados da RAIS/SETE.

É importante ressaltar que a mão-de-obra mais estável nos empregos se encontram no setor de moda, haja vista que a divisão do trabalho industrial tradicional faz com que o trabalhador domine apenas parte das atividades criativas, a criatividade na moda, em grande medida vem do empreendedor, que geralmente é também do designer ou trabalha em conjunto com um. Essa carac-

terística é bem identificada no trabalho de Menger (2015), quando ele mostra sobre a instabilidade no emprego e que a formalização empresarial do criativo serve para permitir seu tráfego nos espaços de comercialização.

Palmeira dos Índios possui o artesanato indígena e Arapiraca, Delmiro Gouveia e Santana do Ipanema possuem inserção na confecção de vestuário com design próprio. Os demais municípios possuem grupos de folclore e artesanato em pequena quantidade, mas fortemente relevante para o estado. Mas, é a capital alagoana, Maceió, por conta do turismo e da maior renda que é o grande mercado. Grande parte dos criativos do interior do estado se deslocam para a capital para apresentações e vendas.

Em termos do número total de empresas presentes na economia alagoana, os dados do SEBRAE DATA (2021) indicam a existência de 154.847 empresas, das quais 97,5% são micro e pequenas empresas SEBRAE (2021). As empresas formais da economia criativa, entretanto, representavam um universo de 414, em 2019, segundo dados da RAIS/SETE (2020), ou seja, cerca de 0,2% do total de empresas do estado. Podendo significar um potencial de crescimento significativo, para um estado que é rico em criatividade e cultura. A Tabela 1 mostra a distribuição das 414 empresas por tamanho.

Analisando a densidade de empresas nos municípios alagoanos, constata-se que Maceió é o grande concentrador de empresas e negócios na economia criativa. Isso já foi posto na análise do emprego, mas, quando se observa

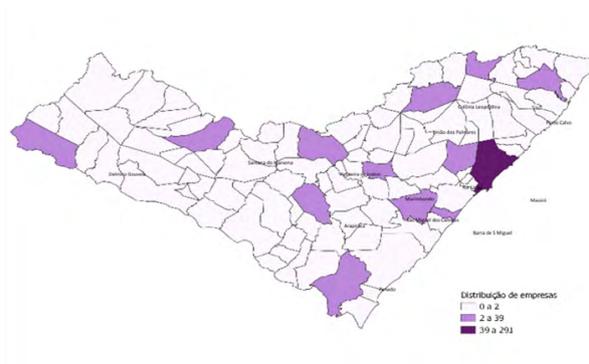
**Tabela 1 – Participação das empresas formais vinculadas a economia criativa em Alagoas por tamanho (número de funcionários formais).**

até 19	20 até 49	mais de 50
93%	5%	2%

Fonte: Elaborado pelos autores com dados da RAIS/SETE.

todo o estado nota-se que existem outros municípios agregadores e de igual importante em termos de número de empresa, conforme mostra a Figura 5.

**Figura 5 – Densidade de empresas na economia criativa nos setores representativos em Alagoas. Fonte: elaborado pelos autores com dados da RAIS/SETE.**



Fonte: elaborado pelos autores com dados da RAIS/SETE.

Empreendedores criativos ou artísticos diferem de outros empreendedores em vários aspectos fundamentais. Para esse artigo se leva em conta a combinação de criatividade e empreendedorismo para esses trabalhadores da economia criativa. De modo geral, a importância central para os criativos artísticos é ter tempo para se envolver pessoalmente em empreendimentos artisticamente criativos, além do que, eles tendem a valorizar a criatividade artística acima da criatividade gerencial ou a criatividade acima do empreendedorismo e profissionalismo (Pearse & Peterlin, 2019).

Em Alagoas o contexto não é muito diferente do restante do mundo, em termo de comportamento empreendedor, contudo, dado o baixo de nível de ren-

da média no estado, a qualidade de vida de um criativo fica bem abaixo de seus congêneres de países mais desenvolvidos. Isso pode ser observado na Figura 4 pela dispersão das atividades formais da economia criativa, representadas pelas empresas, pelo território alagoano. Isso já mostra que boa parte dessa atividade é na verdade informal e carece de um escrutínio particular para identificar os negócios criativos informais.

Mas, a identificação das atividades formais permite caracterizar melhor a economia criativa em termos de setor de atividade econômica relevante e com capacidade de sustentação no tempo, pois implica em um ambiente empresarial minimamente estruturado e com objetivos mais claros que o trabalhador formal nessa atividade econômica.

Assim, adotando a metodologia do Itaú Cultural para identificar setores econômicos com potencial de gerar crescimento econômico por meio da aplicação do conhecimento, os setores criativos, esse artigo traz uma análise da intensidade criativa setorial, conforme explicada na metodologia. A Tabela 2 mostra os setores relevantes para a economia criativa em Alagoas, com seus respectivos indicadores de intensidade criativa.

A leitura que se deve fazer do indicador é a representatividade das atividades criativas nas empresas, representadas pelo emprego formal, frente ao total dos empregos naquele setor em particular. Ou seja, a intensidade criativa é a participação percentual das ocupações criativas formais do setor frente às demais ocupações desse mesmo setor.

O setor da indústria de transformação na economia criativa, subdivide-se em duas categorias, Moda e Atividades Artesanais. Percebe-se evolução na intensidade criativa nessas duas categorias nos anos estudados. A evolução foi mais significativa nas atividades artesanais em grande parte pelo esforço estadual no mapeamento, qualificação, divulgação e comercialização do artesa-

**Tabela 2 – Intensidade criativa nos setores relevantes da economia criativa em Alagoas.**

Ano	Indústria de transformação		Inf. e comunicação				Ativ. prof.	Artes, cult., esporte e recreação
	Moda	Ativ. artesanais	Edição	Audio-visual	TI	Public.	Arquit	Artes cênicas, visuais, museu e patrimônio
2015	3,80%	21%	5,00%	50,40%	58%	6,40%	26,80%	13,30%
2016	3,50%	23%	4,90%	48,10%	65%	5,70%	27,90%	11,80%
2017	3,60%	29%	6,20%	45,20%	65%	4,90%	20,00%	5,10%
2018	5,30%	52%	5,00%	43,90%	53%	6,80%	16,00%	2,70%
2019	9,00%	66%	5,70%	41,80%	51%	5,40%	11,30%	5,20%

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da RAIS/SETE (2020).

nato local. Em Milani (2019) é possível identificar parte dos grupos de artesãos que iniciaram o processo de formalização. Assim, a formalização nessa categoria contribuiu para que a intensidade criativa se tornasse perceptível por meio do emprego formal.

Por outro lado, o setor de moda aumentou significativa a participação de ocupações criativas nos quadros de funcionários das empresas formais. Particularmente para o ano de 2019, isso ocorreu pelo aumento de contratações na ocupação intitulada artesão confeccionador de bijóias e ecojóias. O cres-

cimento em 2018 se deveu ao aumento de empregos nas ocupações criativas vinculadas a vendas e marketing na indústria de transformação.

Entretanto, no setor de moda mesmo sendo um setor típico da economia criativa, o percentual de ocupações formais consideradas criativas é pouco representativo, considerando as classificações do Observatório Itaú Cultural e em (Bakhshi et al., 2013). Isso implica em menor aporte criativo e menor diferenciação de produtos nesse setor, resultando nas consequências típicas da não diferenciação de muitos dos produtos de várias empresas.

O setor informação e comunicação foi dividida em categorias com grande impacto na difusão da economia criativa, tais como a indústria gráfica e editorial, o audiovisual, publicidade e a indústria das TICs. A intensidade criativa na categoria Edição, permaneceu estável no período estudado, apesar de que com a digitalização da economia, a mídia impressa tem perdido relevância gradualmente. Isso vem acarretando pouca participação das ocupações formais no total das ocupações da seção informação e comunicação. Outra razão possível para a baixa participação é que no setor de jornais operam grandes empresas para os padrões de Alagoas, logo, uma ou duas grandes empresas concentra boa parte dos empregos setoriais e dominam todo o mercado.

Na categoria do audiovisual, como era de se esperar, grande parte dos empregos são em ocupações criativas e isso reflete na intensidade criativa setorial. Alagoas possui várias rádios espalhadas pelo território, enquanto as atividades de TV estão todas sediadas em Maceió, e as atividades de exibição cinematográficas (cinemas) que estão em Maceió e Arapiraca. No estado também existem vários estúdios cinematográficos, produtores de filmes e outros elos da cadeia do audiovisual que se fortalecem localmente, sinalizando para a possibilidade de adensamento desse tipo de atividade em Alagoas. A TI em Alagoas traz um dos menores salários do Brasil, e são poucas as empresas do setor em Ala-

goas, mas a maior parte dos serviços em TI são orientados para a prestação de serviços para empresas locais e em softwares de gestão. A questão dos salários deve justificar a redução da intensidade criativa nesse setor no período estudado, ademais, é um setor dominado pelo trabalho por conta própria, os famosos “freelas”, e as estatísticas base do trabalho formal não conseguem captar esses empregos. Além disso, a reforma trabalhista, que permite mais flexibilização na contratação dessas ocupações e as sucessivas crises brasileiras vem deixando marcas nos empregos formais desse setor.

A categoria de publicidade, por sua vez, é a atividade que mais emprega trabalhadores criativos e possui um alto impacto em termos de renda, pois normalmente seus trabalhadores conseguem bons salários. Contudo, a emergência de novas tecnologias midiáticas e sua convergência, vem exigindo maior qualificação e investimentos nesse segmento de empresas e mercados periféricos, como o alagoano, são difíceis para que haja impacto no número dos empregos setoriais. A intensidade criativa dessa categoria sinaliza com uma participação muito baixa frente aos empregos criativos do setor de informação e comunicação. A fragilidade da economia local e o aumento do trabalho por conta própria em agências digitais que funcionam em torno de um só profissional e subcontrata outros “freelas” para “jobs” específicos, explicam também a baixa representatividade da publicidade no setor em que a categoria faz parte.

O setor considerado como atividades profissionais, engloba as categorias criativas de arquitetura e design. São setores fortemente impactados por mudanças tecnológicas e no consumo. Essas categorias são eminentemente trabalho de conhecimento e criativo, ou seja, a maioria dos trabalhadores são trabalhadores do conhecimento ou criativos. As mudanças tecnológicas e o aumento da oferta de profissionais dessa natureza fazem com que o mercado de trabalho fique mais competitivo, o que exige demanda estável e crescente para

permitir todo o desenvolvimento profissional dos trabalhadores. A intensidade de criatividade da categoria de Arquitetura, que apesar do baixo número de empregos formais, se relativamente alto, o que pode sinalizar, também, um baixo índice de formalização dessa profissão nas demais atividades econômicas nas quais ela pode ser registrada. A categoria de Design, não foi encontrado ocupações formais ou empresas que tenham essa nomenclatura nos dados oficiais. Apenas um emprego em 2019 foi registrado na atividade econômica de web design. É importante ressaltar que em Alagoas existem vários cursos técnicos na área, além de um curso universitário formal em Design na UFAL. Contudo, várias ocupações de desenhista foram encontradas como ocupações criativas em outras categorias como arquitetura e publicidade, por exemplo.

No setor de seção de artes, cultura, esportes e recreação ficou concentrado nas categorias de artes cênicas e visuais e museus e patrimônio, devido a inexistência de empregos formais nas outras ocupações. Essas atividades baseadas na cultura e patrimônio histórico e cultural marcam o início do pensamento na indústria cultural, onde as artes cênicas, visuais e o artesanato seriam a base do surgimento de um conjunto de atividades criativas que poderiam ser desenvolvidas em outros setores de atividade econômica. A intensidade criativa das categorias agora em tela é possível identificar uma redução forte na participação das ocupações criativas no período estudado. Isso pode estar acontecendo em virtude do aumento da atividade informal nessas categorias, além de aposentadorias ou mudança de nomenclatura de cargos públicos no setor de museus e patrimônio.

## 4 Conclusões

A economia criativa é uma categoria ampla e heterogênea e uma análise detalhada não cabe em apenas um artigo que agregue todas as subcategorias que a compõe. Entretanto, nesse artigo há um esforço em estruturar uma análise que incorpore elementos analíticos da estrutura de mercado e da intensidade criativa presente na economia criativa em Alagoas.

Isto posto, o primeiro grande esforço foi elaborar um método capaz de interpretar e estruturar a análise dos dados coletados. Foi realizada uma análise das condições básicas de oferta e demanda para o setor, depois uma análise setorial com o número de empregos e empresas, por fim, foi construído um indicador de intensidade criativa setorial com inspiração no Observatório Itaú Cultural. A questão de pesquisa estrutura foi orientada para identificar qual seria a estrutura de mercado dos setores e como isso impacta no potencial de criatividade setorial. Como resposta se obteve que a economia criativa em Alagoas, em 2019, era formada por 414 empresas, que empregavam em média 9,7 funcionários formais, ou seja, era formada por microempresas.

Com sua base empresarial formada por microempresas, significa que há relevante heterogeneidade e diversidade de emprego e renda, conforme indicado na literatura pesquisada para esse artigo. A maior concentração de empresas e empregos formais está na capital, Maceió, indicando que maior renda e maior aglomeração de consumidores irá impactar positivamente na construção do mercado. Dos setores pesquisados, os que tem atividades mais disseminadas pelo território do estado de Alagoas são a indústria de transformação e informação e comunicação.

Das dez categorias apresentadas nesse trabalho, as com maiores participações de emprego criativo em seus quadros de empregos formais é o Tecno-

logia da Informação, seguido pela categoria de Moda. Esse artigo também mostrou que o número de empresas que podem ser consideradas criativas é muito pequeno em relação ao total de empresas existentes no estado, cerca de 0,02%, ou seja, isso pode sinalizar que a economia criativa não é percebida como fonte de desenvolvimento e inovação.

A contribuição desse artigo é a sistematização de uma pesquisa científica que busca entender um pouco mais a economia criativa em um estado onde ela pode ter um impacto significativo, haja vista, sua forte interação com o turismo fortemente presente em Alagoas.

O caleidoscópio da economia criativa no Brasil é rico e muito diverso, esse artigo considera o estudo em um dos estados da federação e apresenta um caminho para trabalhar conceitos que são aplicados de forma agregada, como a intensidade criativa, em uma realidade particular, como é o caso da economia criativa em Alagoas.

## 5 Referências bibliográficas

Abbasi, M, Vassilopoulou, P & Stergioulas, L. (2017). Technology roadmap for the creative industries. *Creative Industries Journal*, 10(1): 40-58.

Alagoas. (2020). Secretaria do Planejamento do Estado de Alagoas. Alagoas em dados e informações. Disponível em: <http://dados.al.gov.br/>. Acesso em 20 de agosto de 2020.

Bakhshi, H, Freeman, A, Higgs, P. (2013). A dynamic mapping of the UK's creative industries. Disponível em: <https://eprints.qut.edu.au/57251/1/57251.pdf>. Acesso em 20 de agosto de 2020.

Department for Digital, Culture, Media & Sport. DCMS Sector Economic Estimates Methodology. (2021). Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/dcms-sectors-economic-estimates-methodology/dcms-sector-economic-estimates-methodology#definitions>. Acesso em 10 setembro 2021.

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. (2019). Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, da FIRJAN/SENAI. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>. Acesso em 01 setembro 2020.

Ferguson, PR, & Ferguson, G. (1994). Industrial economics: issues and perspectives. NYU Press.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2009). Pesquisa de orçamento familiar (POF). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/en/statistics/social/income-expenditure-and-consumption/17387-pof-2008-2009-en.html?&t=oque-e>. Acesso em 05 setembro 2020.

Itaú Cultural. (2020). Observatório. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/>. Acesso em: 10 novembro 2020.

Menger, PM. (2015). The market for creative labour. In The Oxford Handbook of Creative Industries. Oxford University Press, USA, 148.

McKinsey. How do emerging technologies affect the creative economy? (2018). Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/how-do-emerging-technologies-affect-the-creative-economy#>. Acesso em 01 setembro 2020.

Milani, AMR. (2019). Economia solidária em Alagoas: a cadeia produtiva do artesanato em 2018. Maceió. CBA Editora.

Pearse, NJ, & Peterlin, J. (2019). Artistic creative social entrepreneurs and business model innovation, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. 21(2): 149-162. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2018-0036> Download as RIS.

Scherer, FM, & Ross, D. (1990). *Industrial market structure and economic performance*. Boston. Houghton Mifflin Company.

Serviço Brasileiro de Apoio a Pequena Empresa em Alagoas. 2020. Websérie Economia Criativa em Dados. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Fw-dhniKeFMM&feature=youtu.be>. Acesso em 10 de setembro 2021.

Serviço Brasileiro de Apoio a Pequena Empresa. (2021). SEBRAE Data. Disponível em: <https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empresas>. Acesso em 25 setembro 2021.

United Nations Conference on Trade and Development. (2021). *Creative Economy Programme*. Disponível em: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>. Acesso em 25 setembro 2021.

World Intellectual Property Organization. (2017). *How to make a living in the Creative Industries* (pdf). Disponível em: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_cr\\_2017\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_cr_2017_1.pdf). Acesso em 25 setembro de 2021.

# Tecnologias sociais como alternativas para melhores condições de vida nas comunidades em vulnerabilidade social

**TIELI VARGAS DE ALMEIDA**

Universidade Feevale  
tieli@feevale.br

**MARY SANDRA GUERRA ASHTON**

Universidade Feevale  
marysga@feevale.br

**JOÃO BATISTA MOSSMANN**

Universidade Feevale  
mossmann@feevale.br

**VÂNIA GISELE BESSI**

Universidade Feevale  
vania@feevale.br

# Tecnologias sociais como alternativas para melhores condições de vida nas comunidades em vulnerabilidade social

## 1 Introdução

O Brasil passa, historicamente, por dificuldades associadas à problemas sociais, como falta de empregos, pessoas sem acesso à educação, saneamento básico, água potável e moradia. Neste sentido se fez relevante conhecer projetos voltados à estas vulnerabilidades levantadas. Pode-se destacar, nesse sentido, a Fundação Banco do Brasil que associada a outros órgãos, criou em 2001 uma premiação que reconhece iniciativas ligadas à Tecnologia Social.

Selecionamos dois projetos premiados para compreendermos de forma real como uma comunidade é impactada com a realização desses movimentos em prol de indivíduos em vulnerabilidade social. Analisando-se estas ações que demonstram que a sociedade, em conjunto, pode encontrar saídas para situações em que o Estado não consegue, se faz necessário salientar que “a diversidade dos problemas tem sido respondida no âmbito da tecnologia apropriada e da tecnologia social por uma miríade de soluções sociotécnicas” (Dias, 2011, p.

59) pelo esforço e cooperação de comunidades interessadas nestes problemas e em solucioná-los.

A respeito dos projetos selecionados, eles são voltados para a geração de renda para trabalhadores. No caso da UNIVENS, que se trata de uma cooperativa de costureiras que encontrou uma solução de emprego e renda para diversas famílias, e desenvolveu uma rede com outras cooperativas na área da produção. Criaram, então, uma confecção com o devido cuidado em relação à sustentabilidade e meio ambiente, produzindo roupas com tecido orgânico. Nasceu, dessa forma, o projeto Justa Trama, em Porto Alegre.

A outra iniciativa, realizada na Paraíba, foi uma ideia para momentos em que a produção na lavoura estava em declínio, em época de seca. A concepção da ideia foi voltada para a produção artesanal de bonecas de pano, com a utilização de técnicas tradicionais da região, como acréscimo à baixa renda destes períodos. Ambos os projetos apresentam potencial de crescimento e multiplicação para outras localidades brasileiras.

Assim, este trabalho parte da análise das Tecnologias Sociais, refletindo-se sobre como elas se relacionam com a realidade vivida no Brasil. Desta forma, este estudo tem o objetivo de compreender as tecnologias sociais como geradoras de desenvolvimento socioeconômico em comunidades em vulnerabilidade social, por meio da implementação de projetos para a transformação social.

Para atender ao objetivo, foi realizado um levantamento bibliográfico para que fosse possível definir conceitos acerca do tema proposto, como o amparo dos autores (Bava, 2004; Otterloo et al. 2009; Dias, 2011). A seguir, a análise é voltada para os exemplos de iniciativas que tiveram e tem sucesso no campo. Nos resultados, espera-se compreender de que modo as ideias geradas a partir de casos de vulnerabilidade social podem gerar desenvolvimento socioeconômico nas localidades onde foram implantadas.

## 2 Procedimentos metodológicos

A natureza da pesquisa é de cunho básico, buscando desenvolver novos conhecimentos. Com a análise destes conhecimentos de maneira qualitativa, que segundo Flick (2009) demonstra a pluralidade das visões da vida ligadas às relações sociais, para que seja possível fazer uma relação entre a realidade vivida pela população e a forma com que a Tecnologia Social gera impacto neste universo.

O levantamento bibliográfico é relevante para que se tenha embasamento em obras, livros e artigos Lakatos & Marconi (2003) que abordem sobre a Tecnologia Social. Desta maneira, pode-se construir uma base para a discussão do tema com o auxílio de autores como (Dagnino et al., 2004; Lassance & Pedreira, 2004, Otterloo et al., 2009; Almeida et al., 2019).

O presente estudo tem como característica a pesquisa exploratória descritiva. A natureza da exploração, tem como foco a descrição de fenômenos Lakatos e Marconi (2003), para que se torne possível realizar um aprimoramento das ideias retiradas do levantamento dos dados. Para que haja uma familiarização com o assunto tratado, próprio da pesquisa descritiva, são citadas as características encontradas de uma população ou fenômeno, realizando relações entre os dois (Prodanov & Freitas, 2013).

Para o levantamento de dados, para a análise e apresentação de resultados, será realizada uma pesquisa documental. A coleta de dados foi realizada dentro da plataforma da Fundação Banco do Brasil, na seção sobre projetos sociais apoiados. Nos exemplos utilizados, a pesquisa se deu nos sites que apresentavam casos da associação e cooperativa, de maneira que demonstravam o crescimento e impactos causados pelas iniciativas realizadas.

### 3 Tecnologia Social: contexto conceitual

A Tecnologia Social visa o desenvolvimento de comunidades, podendo ser iniciativas, ações ou projetos sociais que mudam a forma como ocorre o crescimento e desenvolvimento de pessoas e comunidades, fazendo a diferença na vida deles. São ainda ferramentas criadas para a construção de projetos, para que as mudanças sejam realizadas e mensuradas. Conforme citado por Andrade e Valadão (2017) são ações realizadas pelas comunidades, para solucionar problemas utilizando seus conhecimentos e iniciativas.

As tecnologias sociais são meios que contribuem para que as mudanças ocorram e os impactos sociais sejam visíveis. Podem ser definidas como um “conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com as populações apropriadas por ela, que representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida” ITS (2004, p. 130), conforme apresentado pelo Instituto de Tecnologia Social.

Com seu surgimento em meados dos anos 1980, a TS veio com a ideia de diferencial ligado às ideias empreendedoras que tinham iniciativas voltadas para a sustentabilidade e com aplicação em localidades com necessidades e em vulnerabilidade social, como exclusão social e altos níveis de pobreza. Porém, a ideia de tecnologia social já era aplicada por Ghandi em meados de 1960 quando propunha ações e atuava com vista a suprir as necessidades das comunidades.

A tecnologia social surge como mais uma alternativa na busca de soluções, de diferentes maneiras, para a redução das desigualdades sociais. O Brasil conta com uma parcela considerável de pessoas que se encontram em vulnerabilidade social em vários âmbitos, tais como: exclusão social e situação de pobreza extrema. Para Otterloo et al. (2009, p. 10) as tecnologias sociais são “geradoras de trabalho e de renda, promotoras de inclusão social e que, ainda, contribuem

para a construção de um mundo melhor, mais justo, solidário e sustentável”.

Consoante Almeida et al. (2019), afirmam que as técnicas e metodologias onde há a participação dos atores de comunidades voltadas para a transformação potencializada promotoras da inclusão social, são característica da TS como questão inovadora. Castor e Valverde (2007, p. 103), acrescentam que a “Tecnologia Social é especialmente importante e fundamental para o desenvolvimento de espaços locais e segmentos sociais marginalizados, com o objetivo de inseri-los no processo do desenvolvimento econômico e social”. Isso corrobora para um movimento de novas práticas, para o desenvolvimento e a construção de novas ideias que possam, em conjunto com a sociedade civil, universidades e setor público, inspirar novas iniciativas geradoras de ações em prol da inclusão e redução da pobreza, além de melhorias nas condições de vida.

Para Otterloo et al. (2009) as Tecnologias Sociais podem estar vinculadas à programas sociais, criados para que lacunas sociais sejam preenchidas de maneira que transformações possam ocorrer para a melhoria das condições de vida nas comunidades. A compreensão de problemas locais é importante para que sejam colocadas em prática as tecnologias sociais, pois elas viabilizam os propósitos levantados por indivíduos que observam onde serão implementadas as novas ideias ou as metodologias mais adequadas. Desta forma, é possível realizar transformações sociais através de “produtos, técnicas ou metodologias, reaplicáveis, desenvolvidas em interação com a comunidade” (Otterloo et al., 2009, p. 8).

A Tecnologia Social aplicada nas comunidades em vulnerabilidade social tem o objetivo de dar empoderamento à população, para que o sentimento de pertencimento cresça. Isso leva a que tenham a compreensão sobre a sua importância no processo de transformação social, apresentando reflexões, e proposições com o conhecimento adquirido, para que assim, possam aprimorar

seu potencial e capacidade para as ações efetivas no processo de mudança. O Instituto de Tecnologia Social ITS (2020) propõe que as pessoas se apropriem das soluções, se empoderem, introjetem esse conhecimento e repliquem onde existe a realidade a ser transformada. A integração entre a comunidade e as Tecnologias Sociais é fundamental, pois técnicas e métodos são pensados como uma extensão de debates sobre a realidade vivida, para que assim sejam aplicadas soluções com um conjunto de conhecimentos técnicos e do dia a dia dos indivíduos.

Almeida et al. (2019) relatam que a Tecnologia Social emerge para dinamizar o desenvolvimento nas comunidades, apresentando o seu papel de desenvolvedor de conhecimento e tecnologias e promotor da inclusão social. A disseminação de ideias criadas dentro de comunidades faz com que outras localidades sintam que podem fazer e tem poder de realizar melhorias, compreendendo seu poder criativo.

[...] tecnologias que causam tantos impactos positivos podem ser compartilhadas com centenas de milhares de outras pessoas e comunidades, que agregarão a elas novos conhecimentos e elementos inovadores, adequando-as às suas realidades e reiniciando o ciclo cooperativo (Otterloo et al., 2009, p. 10).

Neste contexto, as ações realizadas para o desenvolvimento de habilidades, geração de renda e de qualidade de vida se enquadram nas características e nas definições de Tecnologia Social. Dentre elas, se encontra o engajamento e envolvimento da comunidade, por meio de ações conjuntas para o trabalho e a geração de renda, para o respeito pelo meio ambiente e comunidade, mantendo a cultura e potencializando a criatividade na solução dos problemas das comunidades vulneráveis. A implementação das resoluções de problemas deve gerar a propensão de impulsionamento ao processo de capacitação para atividades conjuntas, e aproveitamento de espaços, por vezes públicos, desenvolvendo inovações para comunidades (Bava, 2004).

Além disso, pode-se considerar que as iniciativas são, em sua maioria, de baixo custo para a população, adequadas para as realidades em que estarão inseridas, sendo sustentáveis e com impactos visíveis de transformação. Esta maneira de buscar soluções para que projetos possam ser implementados, aumentam as chances de viabilizar a aplicação de certas tecnologias, de maneira que atenda às necessidades de regiões onde recursos governamentais não chegam de forma adequada. Conforme destacado por Costa e Dias (2013) a tecnologia social necessita da criação de pontos que possam conectar e mediar o Estado às atividades e projetos que acontecem nas comunidades.

Para Lassance e Pedreira (2004, p. 71) “as tecnologias surgem não da força e influência das pessoas e organizações que dela se utilizam, mas justamente da condição de total abandono político em que se encontram”. Grandes ideias podem surgir de necessidades básicas. A disseminação de iniciativas de tecnologias sociais está por todos os lugares, porém são desconhecidas da população, por estarem em localidades que, por vezes são isoladas do público geral. As iniciativas são de dimensões de alto impacto e criatividade. Por vezes, surge o questionamento: por que não foi pensado sobre isso antes? Ao combinar tecnologia com o dia a dia, transformam-se estados e municípios. Ideias artesanais que utilizam recursos naturais, conhecimentos adquiridos em autores de mudança.

O Brasil conta com leis que amparam os projetos de Tecnologias Sociais, como por exemplo a Lei do Senado nº 111, de 2011, que defende “tecnologias sociais com a Política Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação e contribui para a interação entre as esferas do saber acadêmico e do saber popular”. Com isso, ressalta-se a importância de realizar a interligação entre o conhecimento popular e o saber científico dos meios acadêmicos, fazendo com que os princípios da Tecnologia Social sejam vistos e compreendidos para a multiplicação e trans-

formação. Desta forma, a inclusão de projetos que proporcionem soluções que integrem a tecnologia e o social estão aptos a reconhecimento como atividades dos setores de ciência, tecnologia e inovação, sendo possível a inclusão deles, em fundos que tenham como destinação a Tecnologia Social.

Assim, pode-se considerar a ideia de Dagnino (1976, p. 86) sobre a Tecnologia Social como sendo “um conjunto de técnicas de produção que utiliza de maneira ótima os recursos disponíveis de certa sociedade, maximizando, assim, seu bem-estar”.

Diante disso, foi criada a Rede de Tecnologia Social (RTS) com o ideal de que sejam adotadas as Tecnologias Sociais em políticas públicas, e assim, fomentar e estimular o aumento de projetos e metodologias sociais. Para reforçar essa ideia a Rede de Tecnologia Social é uma maneira de solucionar problemas sociais de forma eficaz com possibilidade de reaplicação em outros contextos (Dagnino et al., 2004).

Também é válido mencionar a Fundação Banco do Brasil (FBB, 2016), que afirma que as Tecnologias Sociais têm como objetivo integrar comunidades como formas de desenvolvimento sustentável e inclusão, com a resolução de problemas como a preservação do meio ambiente e geração de renda para famílias. Na seção, a seguir, serão apresentados exemplos de Tecnologias Sociais, para uma melhor compreensão acerca do tema abordado.

### 3.1 Projeto Justa Trama

Um exemplo de Tecnologia Social desenvolvida na cidade de Porto Alegre/RS é o projeto Justa Trama, que é uma cooperativa de costureiras – a UNIVENS –, que iniciou seus trabalhos em 1996, e conta hoje com 24 cooperados, em sua maioria mulheres. A ideia da cooperativa surgiu após a produção de 50 mil ecobags para o Fórum Social Mundial que aconteceu em 2004, em Porto Alegre.

Depois disso, passou a fazer parte de um conjunto de cooperativas de diversas partes do Brasil ligadas ao plantio e industrialização de algodão orgânico.

Logo após a produção das bolsas para o Fórum, nasceu a marca Justa Trama, que vende peças de roupa produzidas com algodão livre de agrotóxicos ou qualquer adubo que contenha produtos químicos, com a preocupação e conscientização sobre a questão sustentável. O empreendimento conta com a participação de 170 agricultores familiares no cultivo da matéria prima. Entre todo o processo de plantio e confecção do produto final, são 500 trabalhadores cooperados. Esta rede de apoio de produção, conta com a associação de 5 cooperativas. Na Figura 1, verifica-se um evento onde as roupas da Justa Trama foram parte do desfile.

**Figura 1 – Apresentação das roupas orgânicas.**



Fonte: Fundação Banco do Brasil (2019c).

O objetivo do projeto é tornar os trabalhadores protagonistas do negócio, permitindo assim o crescimento de uma economia solidária. Ainda utilizando o caso da Justa Trama, a UNIVENS, também criou uma espécie de banco comunitário, dentro do bairro onde a sede da cooperativa está instalada. A ideia foi instituir um tipo de moeda, JUSTA, que movimentaria o comércio local, contando também com descontos e determinados locais, com a utilização da moeda social. No banco Justa Troca, ainda é possível ter acesso a crédito para reformas de casas. Ainda que seja para pequenos reparos, é uma forma de fomentar o trabalho dentro do bairro onde se encontram. A geração de renda solidária pode ocorrer da criatividade e desenvolvimento de ideias como no caso da Cooperativa UNIVENS.

### 3. 2 Projeto Casa da Boneca Esperança

Outra iniciativa que podemos citar é da Casa da Boneca Esperança, com a cooperação da Artesol, uma organização que apoia artesões. Surgiu com a ideia de utilizar o artesanato, que é uma tradição da região da Paraíba, como geração de renda para agricultores que, durante os períodos de seca, se encontravam sem renda. Assim, a ideia de confeccionar bonecas de pano veio para dar um apoio financeiro quando a lavoura não gerava lucros. Foram realizadas capacitações, ministradas por Dona Socorro uma das idealizadoras do projeto, para que fosse possível confeccionar as bonecas, apresentando técnicas e desta forma aprimorando o trabalho artesanal. Na Figura 2 ilustra-se as irmãs, criadoras do projeto, com as bonecas confeccionadas por elas.

No contexto deste projeto foram encontrados diversos pontos em que a Tecnologia Social tem como característica a utilização do meio cultural do artesanato. Como por exemplo, tem-se o resgate do trabalho manual, que naturalmente se perderia com o passar dos anos, a inclusão de mulheres, a promoção

Figura 2 – Socorro e Aderita, idealizadoras das bonecas.



Fonte: Artesol Artesanato Solidário (2020c).

de renda em momentos de necessidades, gerando assim melhores condições de vida.

A organização de artesãos foi fundada em 1999, como o objetivo de resgatar as raízes artesanais que misturam características regionais, com traços africanos, confeccionando bonecas a partir de retalhos de tecidos, rendas e fios de crochê. Com isso, buscava-se lembrar trabalhos executados por ancestrais e reforçar memórias. A imaginação dá vida às personagens que estão de alguma forma ligadas à cultura e às histórias da região.

A concepção veio da artesã Socorro e de suas irmãs, que estiveram ligadas à confecção destas bonecas desde a infância, para própria diversão. Desta forma, em um povoado do município de Esperança, onde a fonte de renda

da população vem basicamente da agricultura, com uma mão de obra de aproximadamente 250 pessoas do povoado. Assim, a Associação de Artesãos de Sítio Riacho Fundo foi criada em 2000, e teve a duração de 3 anos. Neste tempo, ajudou cerca de 40 artesãos, de todas as idades, entre homens e mulheres, de modo que houve um desenvolvimento na autoestima dos indivíduos participantes e o reconhecimento pelo trabalho realizado.

Em resumo, as Tecnologias Sociais estão em progresso para que seja uma alternativa de crescimento para a população e cidades, de maneira a estruturar ações que diminuam as diferenças econômicas, de gênero, educação, consumo consciente e sustentável, cultivando iniciativas diversas para que no futuro haja menos desigualdades e as necessidades básicas sejam supridas de maneira igualitária.

## 4 Resultados e discussões

Para que fosse possível apresentar o impacto causado pelas duas iniciativas selecionadas como exemplo dentro da Tecnologia Social, se tornou necessário recorrer aos dados apresentados pela Fundação Bando do Brasil, pois ambas as ações foram premiadas por essa organização. Justa trama recebeu seu reconhecimento em 2019 e a Bonecas da Esperança, em 2003. Como estabelecido anteriormente, os dois programas estão voltados para a geração de renda de comunidades em vulnerabilidade econômica, citando a FBB (2009c), que foca no respeito à diversidade, empoderamento para um crescimento sustentável e inclusão.

Inicialmente, para que fosse possível compreender o assunto, foi realizada uma pesquisa exploratória sobre o tema proposto. Desta maneira se che-

gou aos documentos referentes aos dois programas que serão analisados como exemplos de Tecnologias Sociais. Os resultados encontrados se correlacionam com os impactos causados nas comunidades e regiões onde se implementou cada trabalho. Conforme apontado por Andrade e Valadão (2017), são ações realizadas pelas comunidades para solucionar problemas utilizando seus conhecimentos e iniciativas.

Primeiramente, foi especificado como ocorreu a implementação desenvolvida pela Cooperativa de Costureiras da UNIVENS, que se relaciona com a produção de produtos derivados do algodão orgânico, fazendo o processo de ponta a ponta. Iniciando no plantio, preparo do algodão, tornando-o em material têxtil, corte e costura de peças de roupas até a venda para empresas e clientes finais. Envolve-se neste processo, aproximadamente, 500 pessoas. Como apontado na FBB (2009c) “a Justa trama é autossustentável, remunerando cada elo de produção de forma justa, beneficiando em torno de 500 trabalhadores (as) das cinco regiões do Brasil”.

O ciclo se inicia em Tauá, no Ceará, com a plantação do algodão agroecológico e orgânico, com o auxílio de uma cooperativa do Mato Grosso do Sul. Após seu plantio e colheita, o algodão é encaminhado para Minas Gerais, onde se encontra a Coopertêxtil que realiza o beneficiamento do material, transformando-o em fio e a tecelagem. Já em Porto Velho, onde está localizada a Cooperativa Açai, é executado o projeto de acessórios que irão na coleção que se encontra em produção, como botões e aplicações. Para finalizar o processo, as peças chegam até Porto Alegre, na Cooperativa de costureiras onde é realizada toda a confecção e a costura, acabamentos e tingimento. Assim é o procedimento para a produção e venda das peças. O objetivo da Justa Trama é “articular empreendimentos de economia solidária com foco na geração de trabalho e renda para os empreendimentos envolvidos”. Desta maneira, o projeto vem colhendo resultados

ao longo dos anos. Os dados analisados que constam na FBB e sites oficiais são do ano de 2018. Dentre os resultados apontados é importante salientar alguns.

A rentabilidade alcançada por produtores, costureiras e pessoas envolvidas em todo o processo, pode girar em torno de 30 a 50% acima do que receberiam no mercado tradicional (Souza, 2020). Outro ponto a ser ressaltado é o elo entre as 5 associações e cooperativas, que compõem a produção. Isso demonstra que mesmo contando com a realização inicial do projeto em Porto Alegre, se viu necessidade de procura e parceria com outras pessoas de estados diferentes, resultando na expansão desta rede para 5 locais diferentes do Brasil. E ainda, sem perder o foco no objetivo de gerar riqueza, mesmo com o desenvolvimento de um produto diferente do encontrado no mercado, com o pensamento voltado para o meio ambiente e a diminuição de agrotóxicos nas lavouras. Isso vai de encontro com a visão proposta por Otterloo et al. (2009). Ainda em 2018, a produção de algodão orgânico chegou à colheita de 2 toneladas, podendo assim aumentar a quantidade de peças produzidas e crescimento de resultados. Contam no momento com cerca de 15 pontos de vendas de suas confecções.

Nesta categoria de rentabilidade, tem-se ainda o exemplo da Socorro e suas irmãs que preocupadas com seu vilarejo e os momentos de baixo lucro e sustento para as famílias, encontraram em uma tradição de criança, com raízes antigas, uma solução. Tendo iniciado o ensino de produção das peças em 1999, com parceria da Artesol – Artesanato Solidário, foi no ano de 2000 que nasceram as Bonecas da Esperança. O trabalho na lavoura se tornava escasso durante os períodos de seca na região da Paraíba, o que levava os moradores da cidade a ficarem vulneráveis socialmente e economicamente, surgindo assim a Associação de Artesões de Riacho Fundo.

Dentro desta realidade, as mulheres começaram a confeccionar bonecas como uma fonte de renda. Inicialmente houve muita discriminação da parte

dos homens quanto ao trabalho realizado por elas, de maneira que se tornou uma questão a ser resolvida. Com o passar do tempo e com a rentabilidade possível de se observar, este grupo de mulheres passou a ser reconhecida pelos seus feitos, de forma que, homens passaram a fazer parte do quadro da associação. Segundo salientado por Dagnino et al. (2004) a Rede de Tecnologia Social vem para solucionar problemas sociais de forma eficaz.

Um ponto importante a ser enfatizado foi a valorização econômica acerca dos trabalhos realizados pelos artesãos. Anteriormente, com o trabalho realizado nas lavouras, a rentabilidade dos trabalhadores era de aproximadamente R\$20,00 pela semana trabalhada. Ao fazerem parte da produção destes artefatos, chegando ao número de 3 mil bonecas produzidas por mês, a renda multiplicou para até R\$1.800,00, por família.

Isso vai ao encontro com o que é citado por Almeida et al. (2019), quando dizem que as comunidades junto com as Tecnologias Sociais dão forças para o desenvolvimento de soluções, a partir de conhecimentos adquiridos. A partir das vendas realizadas em âmbito nacional, por meio de feiras e eventos, a associação conseguiu reunir um fundo para investir em melhorias dentro do próprio povoado, como por exemplo, a construção de cisternas para a captação de água, e melhores equipamentos para a infraestrutura dos artesãos.

## 5 Conclusões

Considerando estes exemplos, vemos como as Tecnologias Sociais podem solucionar questões como a falta de renda. Podemos afirmar que transformações sociais podem ocorrer a partir de ideias que começam com tradições, que as vontades de grupos de pessoas, centradas em um mesmo ideal, podem e

chegam a resultados que surpreendem. Ideias assim devem ser disseminadas. A sociedade está carente de iniciativas que possam, de alguma forma, suprir lacunas deixadas pelo poder público. Comunidades que necessitam de melhorias, falta de escolaridade para obter um emprego qualificado, pessoas que tem pouca ou nenhuma renda, alfabetização precária, são alguns dos problemas que podemos visualizar.

Ainda assim, iniciativas de quem convive com estes problemas no seu cotidiano, acabam por se transformar em soluções que o próprio Estado não encontra. Assim, a Tecnologia Social entra em foco, como apontado por Castor e Valverde (2007), mostrando comunidades marginalizadas que descobrem maneiras de se inserir no desenvolvimento socioeconômico através destas iniciativas.

Com estes pontos levantados e resultados apontados, foi possível observar as grandes mudanças nas comunidades onde as ações estavam inseridas, caso da Casa da Boneca e da Justa Trama. Vimos o impacto gerado, com resultados palpáveis para a população. Os projetos não só trouxeram rentabilidade, mas também criaram oportunidades de melhoria de vida para diversas famílias de artesãos, produtores e costureiras. Estes pontos demonstram que a rede de Tecnologias Sociais pode começar em pequenos centros e se expandir para outras localidades.

Interessante observar que os participantes de ambos os projetos se encontravam preocupados com o bem-estar e o crescimento das comunidades em que estavam inseridos. A Justa Trama, em cooperação com outras cooperativas e associações, gerou renda, com preocupação com o meio ambiente e a sustentabilidade, oferecendo um produto de qualidade e valores justos. Desta forma, criou-se esta rede que conta com mais de 500 colaboradores, valorizando de forma justa o trabalho de todos. Este pensamento vai ao encontro do que é

proposto pela FBB (2009c), que se preocupa com a inclusão e o empoderamento social.

No caso da Casa da Boneca, o povoado de Riacho Fundo teve um desenvolvimento socioeconômico, ocorrendo de forma significativa ao longo do tempo. A questão do preconceito de gênero foi fortemente abordada. Houve crescimento para famílias que viviam de renda do trabalho em lavouras, e se viam sem solução para os momentos em que não havia chuvas. A solução em reinventar e reviver uma profissão como a confecção de bonecas se fez viável e oportuna. Com isso, mulheres, homens e comunidade cresceram economicamente e socialmente. A rentabilidade era mínima antes do projeto ser implantado, o que mostra que o artesanato tem força comercial, pois remete à tradição, cultura e história de um povo. Conforme a perspectiva de Dagnino (1976) a Tecnologia Social utiliza os recursos disponíveis para a realização de transformações e reforça características já existentes nas comunidades, tornando-as mais visíveis, permitindo o aumento da autoestima dos indivíduos.

Por fim, ao analisar ambos os casos, entende-se que o campo das Tecnologias Sociais pode causar impactos significativos e cooperar para a diminuição da vulnerabilidade social em nosso país. Os projetos devem ter maior reconhecimento público e interesse dos Estados para que as ideias sejam replicadas em outras localidades. Criando assim esta rede de cooperação em Tecnologias Sociais, um perfeito complemento para a resolução de problemas que se assemelham em diversos estados.

## 6 Referências bibliográficas

Almeida, ASA; Alessandra, B, & Besnosik, MHR (Orgs.). (2019). Sociedade, inovação e tecnologia social. Cruz das Almas/BA: UFRB. Disponível em: [www.ufrb.edu.br/editora/titulos-publicados](http://www.ufrb.edu.br/editora/titulos-publicados).

Andrade, JA, & Valadão, JAD. (2017). Análise da instrumentação da ação pública a partir da teoria do ator-rede: tecnologia social e educação no campo em Rondônia. *Revista em Administração Pública*, 51(3).

Bava, SC. (2004). Tecnologia social e desenvolvimento local. In: Fundação Banco do Brasil (Org.). *Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: FBB. 103-116.

Boneca da Esperança. (2003). Associação das Artesãs de Riacho Fundo. Fundação do Banco do Brasil. Brasília, DF. Disponível em: < <https://transforma.fbb.org.br/tecnologiasocial/boneca-da-esperanca>>. Acesso em 10 de maio.

Brasil. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n 111, de 2011. (2011). Institui a Política Nacional de Tecnologia Social. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=4068505&t-s=1594016438740&disposition=inline>. Acesso em: 17 de maio.

Castor, J, & Valverde, B. (2007). Inovação social e desenvolvimento. In Farfus, D (org.), et al. *Inovações Sociais*. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS. 246 p.

Costa, AB & Dias, RB. (2013). Políticas públicas e tecnologia social: algumas lições das experiências em desenvolvimento no Brasil. In: Costa, AB. (Org.). *Tecnologia social e políticas públicas*. São Paulo: Instituto Polis/Fundação Banco do Brasil; Gapi-Unicamp. 223-245.

Dagnino, R. (1976). *Tecnologia apropriada: uma alternativa?* Dissertação (mestrado) – UnB, Departamento de Economia, Brasília.

Dagnino, R, Brandão, FC, & Novaes, HT. (2004). Sobre o marco analítico-conceitual da tecnologia social. In: Lassance, AE Jr *Tecnologia Social: uma estratégia para o desenvolvimento*. Fundação Banco do Brasil: Rio de Janeiro – RJ.

Dias, RB. (2011). Tecnologias sociais e políticas públicas: lições de experiências internacionais ligadas à água. Inc. Soc., 4(2), jan./jun. 56-66 Brasília, DF. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1656/1862>>. Acesso em: 18 de maio.

Fundação Banco do Brasil. (2009). Sobre nós. Disponível em: <https://fbb.org.br/pt-br/menu-pt-br/sobre-nos>. Acesso em: 17 de maio.

\_\_\_\_\_. (2016). Banco de tecnologias sociais. Disponível em: <[https://fbb.org.br/pt-br/?preview=1&option=com\\_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=30&id=80 &Itemid=1000000000000](https://fbb.org.br/pt-br/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=30&id=80 &Itemid=1000000000000)>. Acesso em: 16 maio.

Instituto de tecnologia social. (2020). O que é a Tecnologia Social? Disponível em: <http://itsbrasil.org.br/conheca/tecnologia-social/>. Acesso em: 16 de maio.

Flick, Uwe. (2009). Introdução à pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Artemed. 3. ed.

Lakatos, EM, & Marconi, MA. (2003). Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas. 5. ed.

Lassance JR, Antonio, E & Pedreira, JS. (2004). Tecnologias sociais e políticas públicas. In: Lassance, AEJ. Tecnologia Social: uma estratégia para o desenvolvimento. Fundação Banco do Brasil: Rio de Janeiro – RJ. Disponível em: < <http://itsbrasil.org.br/conheca/publicacoes/artigos/>> Acesso em: 18 de mai.

Otterloo et al. (2009). Tecnologias Sociais: Caminhos para a sustentabilidade. Brasília/DF.

Prodanov, CC, & Freitas, EC. (2013). Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico – 2. ed.

– Novo Hamburgo: Feevale. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>

Souza, T. (2020). Com roupas de algodão orgânico, cooperativa triplica as vendas. Blog Justa Trama. 22 setembro 2020. Disponível em: <<https://justatrama.com.br/blog/com-roupas-de-algodao-organico-cooperativa-triplica-vendas/>>. Acesso em: 13 agosto.

# Indústrias criativas e culturais e o ecossistema XR no Brasil

## **INÊS MACIEL**

Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGMC/ECO/UFRJ)

Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

ines.maciel@eco.ufrj.br

## **ALESSANDRA MELEIRO**

Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

ameleiro@ufscar.br

# Indústrias criativas e culturais e o ecossistema XR no Brasil

## 1 Introdução

O valor econômico das indústrias criativas é muito mais do que a simples produção de bens culturais. Elas têm sido reconhecidas como poderosos drivers de mudança e inovação, com a capacidade de atingir de forma virtuosa vários setores econômicos. Autores como Cunningham (2002) defendem que o termo, indústria criativa captura a dinâmica e a essência dessa nova economia baseada nas tecnologias da comunicação e informação. A ideia de criatividade como um “asset” vem sendo incorporada às políticas econômicas desde os anos 1990, em descrições como: setor criativo, indústria do copyright, indústria de conteúdo, economia da experiência, setor de negócios criativos, negócios centrados em arte, indústria da comunicação e cultura, indústria de mídia e economia do conhecimento (Moore, 2014).

Contudo, o conceito ganha destaque a partir do relatório do governo britânico, Creative Industries Task Force Mapping Document (1998) apud Potts

et al. (2008) que descreve a indústria criativa como atividades que tem origem na criatividade, no talento e nas habilidades individuais e que tem o potencial de criar valor a partir da exploração da propriedade intelectual. Nesse escopo, encontram-se atividades como publicidade, arquitetura, artes, design, moda, cinema, software, música, audiovisual, artes performáticas, games, etc. Esse amplo escopo envolve todas as atividades análogas à criação e publicação de conteúdos direta ou indiretamente voltados para a indústria 4.0, explorando setores onde a inovação, criatividade e pensamento independente ganham uma relevância crucial no desenvolvimento dessa nova economia.

Apesar do termo ter ganhado notoriedade como agenda política do governo britânico de Tony Blair Bendassoli (2010); Moore (2014), o conceito de Indústria Criativa emerge pela primeira vez na Austrália, no início da década de 1990 (Hartley, 2007; Potts 2008; Moore, 2014). A partir do projeto Creative Nation de 1994 (Reis, 2008; Moore, 2014).

Potts (2009) defende que o surgimento da Indústria Criativa possui relação direta com as transformações na composição tecnológica e industrial da economia moderna. O autor argumenta que esse ambiente é fruto da combinação de alguns fatores, o surgimento da chamada Sociedade Pós-industrial, da “Economia baseada no Conhecimento” Paye (1996) do crescimento sistemático do setor de serviços e a emergência da classe criativa.

A presença dessa classe criativa é destacada por Moore (2014) como o principal motor para o desenvolvimento de um novo ciclo econômico, onde a criatividade se alimenta de três fatores culturais, os três T's: Tecnologia (inovação e alta tecnologia), Talento (altos níveis educacionais) e Território 2.0. Este último baseia-se no conceito de Guesnier (2006) apud Bouquillion (2010) denominado “território 2.0”, a partir do argumento que o chamado território criativo é capaz de promover a criatividade dos cidadãos em todas as áreas: artística (street art),

culinária (comida regional), artesanato (herança local), natural (parques e meio ambiente), empreendedorismo (atividades ligadas à tecnologia). Dessa forma, a partir de uma política de valorização dos talentos locais, seriam desenvolvidos os projetos como “Creative Nation”, na Austrália em 1994; “Creative Britain”, na Grã-Bretanha, em 1998; “Creative Canada”, em 2017.

Esse movimento é acompanhado de uma reforma da política industrial como política de inovação Morrison e Potts (2008) aliada à construção de um novo setor industrial (Indústria Criativa) que modificou a concepção de um processo de inovação.

Mesmo assim, os críticos pontuam que a indústria criativa, tal qual qualquer outro setor industrial, não possui nenhuma conexão lógica com o sistema de inovação ou política de inovação por si só. Isto porque existem muitos fatores que podem explicar tal crescimento relativo sem evocar a inovação.

Para contrapor esse argumento Hartley (2019) em seu recente livro “Communication, cultural and media studies: The key concepts” reforça que as indústrias criativas são aquelas que transformam os talentos criativos tradicionais como design, performance, produção e escrita, combinando-os com técnicas de produção de mídia e distribuição (para escala) e novas tecnologias interativas (para customização) com vistas a criar e distribuir conteúdo criativo através do setor de serviços na nova economia. Para o autor, o modo de produção vigente se baseia em “Hollywood” e não em “Detroit”, em uma estrutura que troca o industrial e o padronizado do século XX por projetos inovadores do século XXI.

Para o autor, tal processo vem se desenhando desde os anos 1990 e à medida que novas tecnologias surgem, a indústria criativa incorpora novas facetas e domínios do conhecimento, transformando seu significado a cada período. Cada uma dessas fases sucessivas é acompanhada de seu próprio modelo

econômico. No artigo *“The evolution of the creative industries: creative clusters, creative citizens and social network markets”*, Hartley (2007) detalha esse processo em quatro fases, a saber:

**Indústria Criativa como Arte** – gera um modelo econômico “criativo”; criatividade como um domínio de uma falha de mercado. Arte requer subsídios do resto da economia e depende do talento individual.

**Indústria Criativa voltada para a produção de massa** – Nesta fase houve um certo tipo de divisão do trabalho, onde a criatividade foi para as Artes e o trabalho pesado foi para a indústria.

**Indústria Criativa como mídia e indústria** – cria um modelo econômico neutro. Mídia e indústria respondem à política da competição. Esta corresponde a uma cultura dominante dividida em clusters criativos e serviços.

**Indústria Criativa como Mercado e Conhecimento/Cultura** – gera um modelo econômico “positivo” ou “emergente”. Aqui a indústria criativa é de fato um caso especial, o lócus para o crescimento evolucionista que está em um limite confuso entre rede social e negócio econômico, onde os mercados têm um papel crucial na coordenação da adoção e retenção da novidade como conhecimento (Potts et al., 2008).

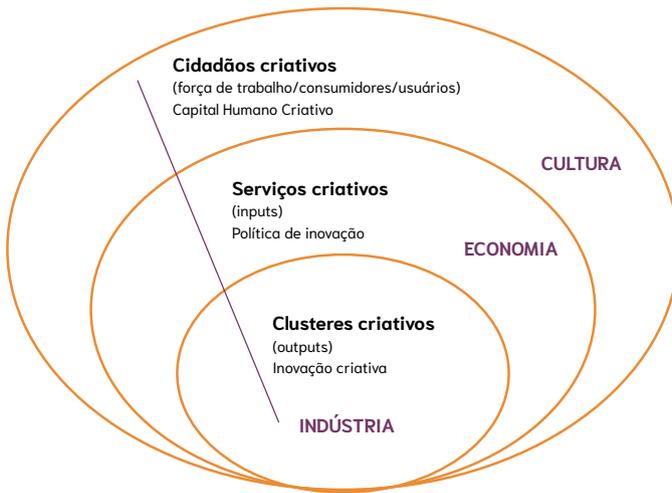
Essa relação requer políticas públicas voltadas para a inovação e crescimento, correspondendo à formação de uma cultura emergente.

Hartley (2007) defende ainda que há uma interrelação entre Indústria Criativa, Economia Criativa e Cultura Criativa (Figura 1), onde a Economia Criativa responde pelas políticas governamentais de inovação e, por fim, a Cultura Criativa é formada pelo “capital humano” da sociedade: consumidores, usuários, força de trabalho. Nessa nova estrutura, o autor propõe que o modelo de demanda de

criatividade seja representado como uma forma evolucionista de economia, onde a cultura criativa é vista em termos de crescimento e “reconhecimento” do saber de toda a população, e não só da indústria ou de experts. Essa proposta torna consumidores, usuários e cidadãos como agentes da ação (redes sociais), e não consumidores passivos. Para Hartley (2007), esse é o modelo emergente de inovação, onde a criatividade é alocada como parte do Capital Humano, formando um abundante recurso mensurado em bilhões.

Apesar do valor intangível que a Indústria Criativa pode proporcionar à economia, o desenvolvimento desse ambiente de inovação necessita de apoio governamental para ganhar escala e proporcionar um ambiente sustentável para seu crescimento. Para Hartley (2007), essa dinâmica é regulada pela chamada Economia Criativa, que responde pelas políticas governamentais de inovação.

### Figura 1 – Relação entre Indústria Criativa, Economia Criativa e Cultura Criativa.



Fonte: Hartley (2007).

Portanto, a Indústria Criativa do século XXI possui características dessa sociedade da informação, pautada em um modelo econômico “positivo” ou “emergente”, onde os mercados têm um papel crucial na coordenação da adoção e retenção da novidade como conhecimento (Potts et al., 2008). Essa relação requer políticas públicas voltadas para a inovação e crescimento, correspondendo à formação de uma cultura emergente. Este é o cerne da proposta de política de inovação de Potts (2004), que é objeto de estudo da chamada “economia evolucionista”, onde o modelo econômico é formado a partir do conhecimento.

Nos últimos anos, esse modelo de inovação passou a ser chamado de Indústria Criativa e Cultural (CCI – Creative and Cultural Industries). Essa nova nomenclatura tem ganhado força na literatura com o fortalecimento dos três T’s, descritos por Moore (2014): Tecnologia (inovação e alta tecnologia), Talento (altos níveis educacionais) e Território. Ao incorporar cultura na indústria criativa, evidencia-se a vinculação de setores como música, artes, escrita, moda, design, mídia, produção artesanal no desenvolvimento econômico de municípios, regiões ou países na produção de bens e serviços ligados à cultura, criatividade e inovação. Domenech et al. (2021) argumenta que o impacto das CCIs nos locais ou regiões depende das condições para o desenvolvimento desse modelo.

Para Boccela e Salerno (2016), para que haja o fortalecimento das CCIs é mandatório encorajar o desenvolvimento de redes territoriais e políticas públicas capazes de apoiar a economia local e o relacionamento entre os setores público e privado. Ao desenvolver estas redes e fortalecer esse ecossistema deve se ter em mente a profunda conexão entre o desenvolvimento das CCI’s e o chamado “capital territorial” de uma região ou país. O conceito do chamado capital territorial relaciona-se diretamente com o conceito de “capital social”, que Hartley (2007) denomina de capital humano criativo.

Brassili (2014) apud Boccela e Sallerno (2016) defendem que o capital territorial possui uma influência significativa no crescimento da economia, já que a qualidade das instituições envolvidas e sua coesão são elementos fundamentais para a criação de um ambiente propício para que o capital territorial possa expressar seu potencial.

## 2 Procedimentos metodológicos

Entende-se que o desenvolvimento de um ambiente de inovação tecnológica no Brasil necessita de apoio governamental para ganhar escala e que, para tanto, é imprescindível conhecer mais profundamente esse ecossistema. Assim, o presente trabalho buscou mapear empresas e informações sobre o ecossistema de Realidade Mista e Realidade Estendida em atuação no país, relacionando esses dados aos estudos existentes sobre Indústrias Criativas e Culturais no Brasil, com o intuito de auxiliar na consolidação de dados que permitam o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento da Economia Criativa no país.

A pesquisa teve como principal meta o retrato do setor no momento atual, reunindo informações sobre empresas, associações e grupos ligados ao setor de MR/XR, destacando suas especificidades e as redes de produção existentes.

O presente trabalho se caracterizou como uma pesquisa aplicada, com uma investigação baseada em uma abordagem exploratória descritiva. A escolha dessa proposta metodológica baseou-se nos trabalhos de Bendassoli (2007); Creswell (2003), que defendem a abordagem como método adequado para estudos em campo em temas pouco conhecidos, tal como as tecnologias de Realidade Estendida (Realidade Aumentada/Realidade Virtual/Realidade Mista).

## Fase 1

O estudo adotou em sua primeira fase características de pesquisa exploratória, buscando maior familiaridade com o problema a partir do levantamento bibliográfico, associado com a participação em reuniões do setor, a realização de entrevistas com profissionais do ramo de Realidade Mista e Realidade Estendida, além da formação de um comitê colaborativo.

Nessa fase, a pesquisa teve como objetivo:

- Identificação de artigos científicos e publicações nacionais e internacionais que abordassem: nova economia e economia criativa/indústria criativa, analisando aspectos estritos como caracterização, conceitos e evolução recente;
- Delimitação do conceito de indústria criativa com base em evidências teóricas existentes na literatura, considerando que não há controvérsia sobre o tema (DCMS, 1998; Santana & Souza, 2001; Throsby, 2001; MINC/IBGE, 2003);
- Elaboração de um painel sobre as definições e conceitos relacionados à Economia Criativa /Indústria Criativa e ao campo da Realidade Mista/Realidade Estendida, confrontando os pontos de convergência e divergência entre artigos / livros acadêmicos e publicações técnicas dos principais players da indústria;

## Fase 2

Na segunda etapa, o trabalho incorporou técnicas da pesquisa descritiva através do desenvolvimento de questionários padronizados que buscaram retratar dois níveis de informações: (a) demográfico; (b) macro-econômico e macro-organizacional, com vistas a mapear as principais características do mercado MR/XR no Brasil, a partir de:

- Levantamento de informações demográficas sobre o setor;
- Mapeamento do número de empresas (Estado/País)
- Identificação da concentração de empresas dentro de cada área de atuação na Indústria Criativa;
- Porte das Empresas no setor;
- Número de empregos gerados;
- Demandas de qualificação de mão-de-obra;
- Interface das empresas com Centros de Pesquisa e Inovação para desenvolvimento de P&D.

### Fase 3

#### Aplicação do Survey e Validação dos Dados

Essa etapa foi caracterizada pela análise dos resultados obtidos, ajustando as métricas de OKR (objetivos) e KPI (métricas) do Survey, para publicação dos dados em plataforma de BigData que ofereça relatórios interativos com dados combinados, a partir dos seguintes itens:

#### a) OKR 1

Obter uma “fotografia” representativa da Indústria XR no Estado de São Paulo abordando aspectos como:

- Concentração de empresas dentro de cada área e as informações macro-econômicas
- Porte das Empresas;
- Número de empregos gerados;
- Estimativas de exportação do setor (quando for o caso);
- Estimativa de impactos positivos/negativos Pós COVID-19.

#### KPI 1

Reformulação do questionário em termos de número de perguntas/

relevância para os OKRS, com foco em obter o maior número de respostas (questionário rápido e objetivo);

**KPI 2**

Criação de um Link de questionário para cada Associação (XRBR/BRA-VI/SPCINE);

**KPI 3**

Aplicação do questionário nas empresas XR;

**KPI 4**

Aplicação do questionário nas empresas associadas ao XRBR;

**KPI 5**

Alcance de representatividade com pelo menos 30% de índice de respostas completadas das empresas/profissionais atuantes em São Paulo

**b) OKR 2**

Obter uma “fotografia” representativa da Indústria XR no Brasil abordando aspectos como:

- Concentração de empresas dentro de cada área e as informações macro-econômicas
- Porte das Empresas;
- Número de empregos gerados;
- Estimativas de exportação do setor (quando for o caso);
- Estimativa de impactos positivos/negativos Pós COVID-19.

**KPI 1**

Iniciar a divulgação do questionário junto às empresas vinculadas à BRAVI e a aplicação dos questionários;

**KPI 2**

Iniciar a divulgação e aplicação do questionário junto às empresas vinculadas à SPCine;

**KPI 3**

Iniciar a divulgação e aplicação do questionário junto às empresas vinculadas à BRAVI;

**KPI 4**

Terminar a aplicação do questionário nas empresas associadas ao XRBR.

**KPI 5**

Alcance de representatividade com pelo menos 30% de índice de respostas completadas pelas empresas/profissionais atuantes em São Paulo.

## 3 Resultados e discussões: ecossistema XR como cluster de inovação

Em meio a essa cultura emergente do século XXI cresce a proliferação das chamadas Realidades Estendidas que envolvem tecnologias como realidade virtual, realidade aumentada e realidade mista. Essas tecnologias estão associadas a diversos tipos de conteúdos, onde as sensações de imersão, a interatividade e a presença, são exploradas em conteúdos voltados para diversos fins.

Tecnologias como realidade aumentada, vídeos imersivos 360°, Estereoscopia 3D<sup>1</sup>, holografias e ambientes de realidade mista são desenvolvidos de

---

<sup>1</sup> Estereoscopia refere-se a uma tomada de vídeo com duas câmeras paralelas, ou em caso de vídeo 360° essa tomada poderia ser feita com múltiplas câmeras (Wohl, 2017).

forma a promover experiências que exploram a dualidade de sentir-se entre o ambiente real e o ambiente virtual em produções como games, exposições, filmes, conteúdos educativos e para treinamento.

A pesquisa Mapeamento do Ecossistema XR no Brasil revelou recentemente que esse ecossistema de empresas e profissionais brasileiros tem se destacado na produção de conteúdos que trafegam transversalmente em vários setores da indústria criativa brasileira, indo desde a produção de videogames, filmes cinematográficos para TV e Internet, desenvolvimento de sistemas e inteligência artificial, até a produção de equipamentos didáticos para ensino. Dentre as 138 empresas que participaram da pesquisa, 117 empresas responderam que 71.96% já atuam na produção de conteúdos em realidade virtual, realidade aumentada e realidade mista, e 17.76% têm desejo de atuar no futuro.

Contudo, como criar condições para esse ecossistema de inovação florescer?

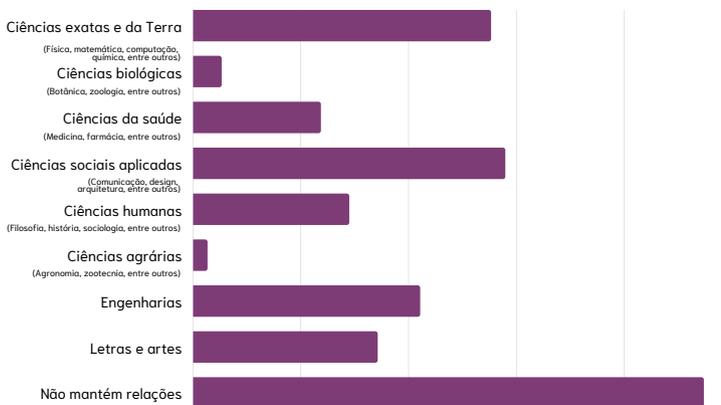
A resposta de Potts (2004; 2008) a essa pergunta é o investimento real em uma política de inovação. O autor reconhece que há uma dificuldade em estabelecer um diálogo profícuo entre pesquisa & desenvolvimento (P&D) envolvendo as indústrias criativas. E que esse investimento público em pesquisa & desenvolvimento é um aspecto central na criação de novos produtos/serviços que necessitam de apoio para se consolidar ao longo das três fases (nascimento, adoção e retenção) da chamada trajetória de inovação.

Em seu artigo “To be born is not enough: the key role of innovative startups”, (Collombelli et al., 2016) discute como as startups podem protagonizar a formação de empresas inovadoras e quais as variáveis que podem contribuir para que essas empresas sobrevivam. Para o autor, não existe uma “bala de prata” capaz de transformar economias, gerar inovação e criar empregos. Startups que atuam em setores com forte vocação para a inovação, ciência e conteúdos especializados possuem maiores chances de sobrevivência. Por outro lado, o am-

biente desse ecossistema deve contemplar um sistema de inovação que combine uma série de agentes como universidades, centros de pesquisa e incubadoras que, associadas a uma política de investimento, pode criar multiplicadores de conhecimento e a formação de um capital humano altamente especializado.

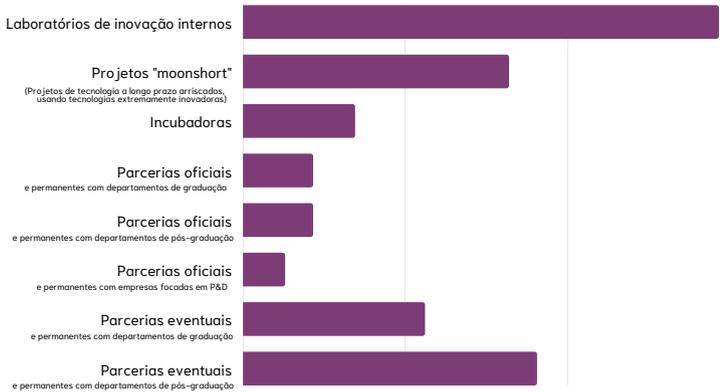
Ao tentar levantar se há indícios de um cluster colaborativo entre as universidades e o ecossistema XR, a pesquisa Mapeamento do Ecossistema XR no Brasil questionou em quais áreas do conhecimento as empresas mantêm relações sistemáticas com Departamentos de Pesquisa de Instituições de Nível Superior (Figura 2). Dentre as 76 empresas respondentes 28,95% afirmaram manter relações com a área de Ciências Sociais Aplicadas; 27,63% afirmaram ter relações com a área de Ciências Exatas e da Terra; 21,05% possuem relações com Engenharias; 11,84% possuem relação com a área de Ciências da Saúde; 17,11% mantêm relações com a área de Letras e Artes e 47,37% não guardam relações de P&D com as universidades.

**Figura 2 – Em quais áreas do conhecimento as empresas pesquisadas mantêm relações sistemáticas com Departamentos de Pesquisa em Instituições de Ensino Superior.**



Fonte: Elaborada pelas autoras.

**Figura 3 – Modalidades de projetos de P&D que as empresas pesquisadas realizam na área de XR.**



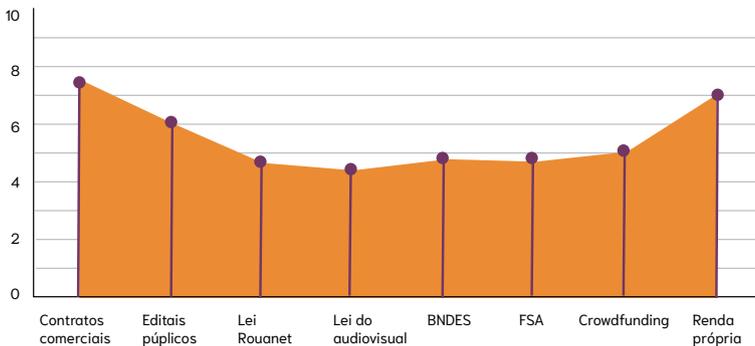
Fonte: Elaborada pelas autoras.

Os dados explicitados na Figura 2 revelam que a maioria das empresas (47,37%) não investem na criação de parcerias com Centros de Pesquisas ou Departamentos de Pesquisa de Ensino Superior. Esse vácuo é prejudicial para ambos porque as empresas ganhariam contato direto com um celeiro de novos profissionais qualificados e as universidades ganhariam com a abertura de novas frentes de pesquisa. O investimento em Editais Públicos envolvendo universidades e empresas poderia fortalecer esse vínculo, criando parâmetros externos capazes de normatizar as complexas relações entre entes públicos (universidades) e privados (empresas) com vistas ao desenvolvimento de setores e regiões. Ao serem questionadas quais as modalidades de projetos de P&D as empresas desenvolviam de forma sistemática (Figura 3), as empresas responderam que 58,62% dos projetos de pesquisa eram realizados em Laboratórios de Inovação

Internos, 32,76% responderam que desenvolvem projetos “moonshot” internos, 13,79% participam de Incubadoras, apenas 8,62% desenvolvem parcerias oficiais e permanentes com departamentos de graduação e 8,62% realizam parcerias oficiais e permanentes com departamentos de Pós-Graduação. Em contraponto, 22,41% responderam que realizam parcerias eventuais com departamentos de graduação.

Ao explorar as dificuldades em conseguir acesso a fontes de investimento, perguntou-se às 138 empresas que classificassem sua principal fonte de financiamento. As 118 empresas classificaram que sua principal fonte de financiamento estava nos contratos comerciais e, em segundo lugar, os projetos financiados por renda própria (Figura 4).

**Figura 4 – Classificação das fontes de financiamento das empresas por ordem de importância.**



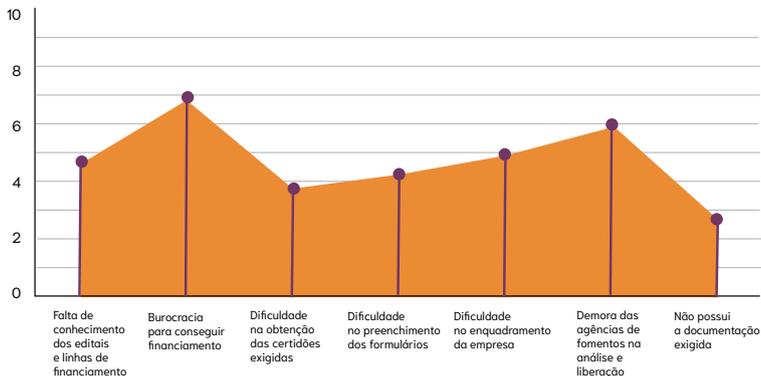
Fonte: Elaborada pelas autoras.

Os dados revelados pela Figura 4 reforçam os indícios levantados anteriormente, mostrando que o setor de XR é financiado em grande parte por renda própria das empresas ou por contratos comerciais de clientes. A ausência do poder público exercendo seu papel fundamental de incentivo à inovação sugere que as políticas de desenvolvimento governamentais ainda não perceberam o valor intangível que a indústria criativa pode proporcionar à economia.

A pesquisa também investigou quais as principais dificuldades enfrentadas pelas empresas em conseguir financiamento. 118 empresas relataram que a principal dificuldade está na demora das agências de fomento na análise e liberação, seguida da burocracia em conseguir financiamento (Figura 5).

Essa falta de apoio governamental se faz sentir de forma mais aguda em um cenário cheio de incertezas como o ano de 2020. Nesse contexto, vários

**Figura 5: Classificação das principais dificuldades de acesso às fontes de financiamento.**



Fonte: Elaborada pelas autoras.

autores têm discutido o papel das instâncias governamentais em ações capazes de minimizar os impactos da crise causada pela pandemia (Dalla Costa, et al., 2011; Júnior & Santa Rita, 2020; Hecksher, 2020; Silva Costa, 2020; Mattei, 2020). Muitos autores defendem a adoção de medidas específicas para as micro, pequenas e médias empresas junto ao BNDES como a abertura de linhas de crédito emergencial para amenizar a frustração de receitas causada pela queda na demanda, e implementação de um programa de socorro aos governos estaduais e municipais, além de ações voltadas para o financiamento da folha de pagamento das empresas, visando a manutenção do emprego.

Por fim, tratando-se de um setor que é fortemente ligado à área de inovação, o mapeamento revelou que o comportamento do mercado brasileiro não difere muito dos Hubs ligados à tecnologia e à Indústria Criativa no mundo, confirmando os estudos nacionais e internacionais sobre a relação entre as startups e os clusters de inovação. Se existe uma diferença, notável no caso nacional, é o desinteresse do governo brasileiro em fomentar a cadeia produtiva ligada à Indústria Criativa, mesmo com as vantagens que o setor oferece na criação de empregos e no fomento de um ciclo virtuoso na economia.

Assim, o grande desafio enfrentado pelo ecossistema XR no Brasil é criar produtos inovadores apesar da inexistência de uma política pública nacional robusta voltada para P&D.

## 4 Conclusões

Conclui-se que no contexto político-econômico atual, o estímulo a uma maior aproximação entre governos estaduais e/ou municipais com as entidades e associações ligadas à Indústria Criativa e os grupos de pesquisa já existen-

tes nas universidades brasileiras possa contribuir para a criação dos desejáveis hubs de inovação, especificamente ligados ao setor. Esse movimento poderia alavancar esforços com vistas ao desenvolvimento de uma tecnologia XR com DNA brasileiro dentro de “clusters de inovação” formados a partir da parceria entre universidades, empresas e entidades governamentais.

Esse movimento possibilitaria um maior fortalecimento da cadeia produtiva da economia criativa de municípios e estados, auxiliando o país na transição entre o modo de produção que troca o modelo industrial do século XX, baseado em “Detroit”, por projetos inovadores do século XXI, inspirados em “Hollywood”.

## 5 Referências bibliográficas

Bendassolli, PF. (2007). Estudo exploratório sobre indústrias criativas no Brasil. Estado de São Paulo.

Boccella, N, & Salerno, I. (2016). Creative economy, cultural industries and local development. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, (223): 291–296.

Bouquillion, P. (2010). Industries, économie créatives et technologies d’information et de communication. *Tic & Société*, 4(2).

Colombelli, A, & Krafft, JVM. (2016) To be born is not enough: the key role of innovative start-ups. *Small Business Economics*, 47(2): 277–291.

Cunningham, S. (2002). From cultural to creative industries: theory, industry and policy implications. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, 102(1): 54–65.

Creswell, JW. (2003). A framework for design.research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. 9 – 11.

Dalla costa, A, & Souza–Santos, ERde. (2011). Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. *Revista Economia & Tecnologia*, 7(4).

Costa, SSda. (2020). Pandemia e desemprego no Brasil: consequências e medidas de enfrentamento. *Revista de Administração Pública*, 54(4).

Department for Culture, Media and Sport. DCMS. (1998). Creative industries mapping document. Disponível em:[http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive\\_1998/Creative\\_Industries\\_Mapping\\_Document\\_1998.htm](http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm). Acesso em 20 de julho de 2019.

Domenech, RB, Molina, BM & Köster, PR. (2021). The impact of cultural and creative industries on the wealth of countries, regions and municipalities. *European Planning Studies*, DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2021.1909540>.

Hartley, J. (2007). The evolution of the creative industries–Creative clusters, creative citizens and social network markets. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/12647/1/12647.pdf>.

\_\_\_\_\_, J. From creative industries to creative economy: flying like a well–thrown bird? [in Chinese]. In: *Creative industries*. Tsinghua: University Press, 5–18.

\_\_\_\_\_, J., Montgomery, L. (2009). Creative industries come to China (MATE). *Chinese journal of Communication*, 2(1): 1–12.

\_\_\_\_\_, J. (2019). *Communication, Cultural and media studies: The key concepts*. Routledge.

Heckscher, M. (2020). Cinco meses de Perdas de Empregos e Simulação de um incentivo a Contratações. Nota Técnica no 87, Brasília: DISOC-IPEA.

Ferreira J, RRJ, & Santa Rita, LP. (2020). Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas. Revista Teste, 1(7): 35- 47.

Mattei, L. (2020). A crise econômica decorrente do COVID-19 e as ações da equipe econômica do governo atual. Texto para Discussão – Núcleo de Estudos de Economia Catarinense, (35): 1-31.

MINC/IBGE. (2003). Sistemas de informações e indicadores culturais: 2003. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em maio de 2019.

Morrison, K, Potts, J. (2008). Industry policy as innovation policy. Knowledge Policy: Challenges for the 21st Century, 162.

Moore, I. (2014). Cultural and creative industries concept—a historical perspective. Procedia-Social and Behavioral Sciences, (110): 738-746.

Paye, JC. (1996). Policies for a knowledge-based economy. OECD Observer, (200): 4-6.

Potts, J. (2004). Evolutionary economics: an introduction to the foundation of liberal economic philosophy, 2004. Disponível em: <http://ideas.repec.org/p/qld/uq2004/324.html>. Acesso em 25 maio 2020.

\_\_\_\_\_, J et al. (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. Journal of cultural economics, 32(3): 167-185.

\_\_\_\_\_, J. (2009). Introduction: creative industries & innovation policy.

\_\_\_\_\_, J, Cunningham, S. (2010). Four models of the creative industries. *Revue d'économie politique*, 120(1): 163-180.

Reis, CF. (2008). *Economia Criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. ACF, Reis (Org). São Paulo: Itaú Cultural.

Santana, SCP, & Souza, NRM. (2001). Além da diversão e arte o pão: o mercado de trabalho na Região Metropolitana de Belo Horizonte. *Cadernos do CEHC: série cultura*. Belo Horizonte, 1. Disponível em: <http://www.fjp.gov.br/produtos/cehc/caderno>. Acesso em 20 agosto 2019.

Throsby, D. (2001b). Defining the artistic workforce: the Australian experience. *Poetics*, 28, 255-271.

## Agradecimentos

Agradecemos às entidades e empresas que apoiaram a pesquisa, como SPCINE, BRAGAMES, XRBR, BRAVI, ICAB

# Dos territórios criativos à cena cultural: uma alternativa teórico-metodológica

**MARIELLA PITOMBO**

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

Email: [mariellapitombo@ufrb.edu.br](mailto:mariellapitombo@ufrb.edu.br)

# Dos territórios criativos à cena cultural: uma alternativa teórico-metodológica

## 1 Introdução

Nas últimas décadas, a relação entre cultura, economia e criatividade tem gerado discursos e práticas que enfatizam o potencial de desenvolvimento econômico a partir da produção de bens, serviços e produtos culturais. A “economia criativa” e seus correlatos (cidades, bairros, classes criativas) tem funcionado como espécie de conceito-marca Gibson e Klocker (2004) que tem orientado as políticas de desenvolvimento de diversos países.

Como um receituário para a reinvenção econômica de alguns países, Austrália e Grã-Bretanha são precursores, a aposta na “revolução pós-industrial” – baseada na economia do “conhecimento”, “cognitiva” ou “criativa” – se coloca como uma alternativa ao clássico modelo de produção industrial fordista. Aliando cultura e desenvolvimento, pares conceituais antes apartados, essa nova fórmula de produção de riqueza celebra a centralidade do intangível (a cultura, a criatividade, o conhecimento) como principal fator de produção de uma economia

considerada como alternativa para o futuro, tendo em vista o caráter inesgotável desses recursos. Nesse compasso, muitos países começaram a priorizar modelos de desenvolvimento apostando nas indústrias criativas, cujas formas de organização se baseiam, na sua grande maioria, na conformação de clusters culturais, ou seja, na aglomeração especializada de segmentos econômicos que se retroalimentam numa cadeia produtiva complementar e são geograficamente delimitadas. Essa nova economia, por sua vez, exige uma camada de profissionais altamente especializada, condizente com o modelo de produção predominante que se baseia na flexibilização e na produção de projetos, o que implica numa nova forma de organização do trabalho, cujo arquétipo é o trabalho artístico – criativo, inovador, incerto e flexível (Menger, 2009; Pitombo & Barbosa, 2017).

Esse estrato profissional correspondente ao novo modo de produção capitalista ganha o slogan de “classes criativas” Florida (2002) e passa a ser o protótipo de profissionais desejados, segundo seus arautos, pelas cidades (metrópoles dos países centrais, na sua maioria) para a implantação de seus “vales” de criação e inovação enquanto estratégia de desenvolvimento territorial.

Geralmente ancorados numa lógica verticalizada, tais processos de renovação das cidades desdobram-se em fenômenos não-programados como processos de gentrificação, desigualdades socioespaciais, turistificação, privatização dos espaços públicos, no compasso mesmo de desdém por outras formas de expressão e organização artístico-cultural e social que também contribuem para a valorização dos espaços urbanos.

Nesse contexto, a promessa de um “Eldorado” econômico surge a partir da experiência de países centrais, sobretudo anglo-saxônicos, e passam a se disseminar internacionalmente vindo a incorporar-se nas agendas políticas de países não-centrais, como o Brasil. A expansão das indústrias culturais e criativas não beneficia equitativamente todos os países nem regiões. A América Lati-

na, o Caribe e a África, por exemplo, não conseguem se converter em economias de escala, com capacidade para exportar seus bens e serviços culturais (Leitão, 2014). O dinamismo econômico, social e cultural de países periféricos está estruturado em bases distintas daquelas dos países do Norte. A profunda desigualdade social, os baixos índices de escolaridade e uma dinâmica econômica fortemente ancorada na informalidade, na produção de commodities e em serviços de baixa especialização denotam as especificidades socioeconômicas de países como o Brasil.

Diante deste contexto, parte-se da hipótese de que a produção cultural brasileira é realizada majoritariamente por um grande contingente de pequenos grupos e coletivos culturais que possuem dinâmicas muito particulares de produção artístico-cultural. Embora possuam baixo grau de institucionalização, recursos escassos e alternativas de sustentabilidade originais, muitos desses coletivos culturais colaboram, não sem tensões, para o florescimento cultural, simbólico e também econômico de cidades e territórios.

Nesse sentido, as correntes teóricas e conceitos derivados que gravitam em torno da economia criativa parecem ser insuficientes para interpretar fenômenos culturais de natureza distinta daqueles priorizados pelos analistas das correntes hegemônicas, cujos objetos e fenômenos observados se dão em metrópoles globais e geralmente envolvem experiências de produção cultural de alta complexidade tecnológica e econômica. Ademais, tais interpretações, dão demasiada ênfase seja na oferta da produção cultural, concentrando-se nas análises das cadeias produtivas e nos seus espaços de aglomeração, seja na dimensão do consumo cultural, sem se debruçar sobre as articulações complexas que se engendram entre oferta cultural, modos de vida, consumo e formas urbanas específicas do território sobre o qual se plasmam determinadas cenas culturais (Ambrosino et al., 2018).

O propósito aqui é de apresentar uma alternativa teórica-metodológica que possa servir como lente de análise para experiências de florescimento cultural de territórios, nos quais estratégias outras de inovação social são desenvolvidas com impactos diretos sobre a dinâmica econômica, social e cultural dos territórios. Essa metodologia ampara-se num programa de pesquisa desenvolvido pelo do projeto de pesquisa SCAENA – Scènes culturelles, Ambiances et Transformations Urbaines, em execução por uma rede de laboratórios de diferentes universidades francesas<sup>1</sup>. A oportunidade de realizar estágio pós-doutoral em 2019 no Laboratório de pesquisa PACTE (Laboratório de Ciências Sociais), vinculado à Universidade de Grenoble Alpes/Sciences Po-Grenoble, ofereceu-me a chance de acessar este arcabouço teórico-metodológico para a interpretação do meu objeto de pesquisa, qual seja: a cena cultural deflagrada pela celebração do carnaval do bairro do bairro Santo Antônio Além do Carmo, em Salvador, promovida pelo coletivo cultural Bloco de Hoje a 8 (DHJA8).

Portanto, o que será aqui exposto é uma breve descrição da metodologia criada pelo referido projeto e sua aplicação na análise desta cena cultural específica.

## 2. Procedimentos metodológicos

A hipótese que orienta o projeto SCAENA é que as cenas culturais não nascem em qualquer espaço e que determinadas configurações urbanas (seus aspectos morfológicos, arquiteturas, históricos e socioculturais) se prestam

---

<sup>1</sup> O projeto tem apoio da Agência Nacional de Pesquisa francesa (ANR) e envolve laboratórios das Universidade de Grenoble Alpes, Universidade de Angers, Sorbonne-Nouvelle Paris 3, Universidade de Nantes e Escola Nacional Superior de Arquitetura (Nantes/Grenoble).

melhor à emergência de cenas do que outras. Os centros das grandes cidades acabam sendo os espaços que artistas e trabalhadores criativos elegem para se instalar tendo em vista a geografia reticular que se conforma nas zonas centrais das cidades, mediante sua rede densa de agentes, intermediários e espaços culturais – condição que promove aproximações geográficas e simbólicas, criando assim as condições para o estabelecimento de determinada cena.

O principal disseminador do conceito de cena tem sido o sociólogo Straw (2004, 2014, 2015) da Universidade de McGill (Canadá). Dedicado inicialmente em investigar as dinâmicas de organização, produção e disseminação da música popular no mundo anglo-saxônico, Straw é hoje um dos principais autores mobilizados por estudiosos – já bastante numerosos – que se dedicam à análise dos fenômenos culturais em contextos urbanos. Straw credita o sucesso do conceito de cena ao boom dos estudos sobre a cultura das cidades, mas a partir da questão da visibilidade e da teatralidade da vida urbana, em detrimento do uso de conceitos de “tribos” e “subculturas” urbanas que vicejaram como categoria para a análise dos fenômenos culturais urbanos.

Como destaca Gérôme e Guibert (2016), o conceito de cena tem uma ótica territorializada sobre os fenômenos culturais (marcadamente urbano-metropolitanos), distinguindo-se assim de outros aparatos teórico-metodológicos dedicados à investigação de dinâmicas culturais, tais como o conceito de “campo” de Pierre Bourdieu e de “mundo das artes” de Howard Becker. Para o autor, as referidas tradições não dão conta da materialidade ou do contexto físico que envolvem os fenômenos culturais, uma vez que focalizam suas análises num espaço social abstrato.

São duas as tradições de pesquisa que utilizam o conceito de cena, a saber: os estudos sobre música popular e os estudos sobre políticas urbanas. Predominantemente utilizado para a análise das dinâmicas da música popular,

o conceito foi se expandindo para a investigação de outros fenômenos culturais urbanos que envolvem outras tantas linguagens artístico-culturais. Desse modo, o conceito ampliou-se e começou a ser adotado por uma série de estudiosos, tais como Silver e Clark (2015) ocupados em interpretar as condições de possibilidades da emergência de expressões artístico-culturais, mas a partir da dimensão físico-espacial e da materialidade dos fatos e representações estabelecendo assim um cruzamento interdisciplinar entre estudos urbanos e sociologia da cultura (Guibert, 2016).

O protocolo de investigação proposto pelo projeto SCAENA toma o conceito de cena como um espaço de interação social de onde emanam a energia social e criativa das cidades. As cenas culturais resultam da coprodução entre atores sociais, a população, as instituições, escapando assim de uma oposição binária entre sujeito e objeto, oferta e demanda cultural. São espaços abertos à experimentação, à bricolagem e à invenção de práticas e modos de organização de expressões artístico-culturais (SCAENA, 2019).

Segundo a metodologia criada pelo SCAENA, as cenas teriam a seguinte dinâmica: a) seriam compostas por uma rede atores ou “comunidade epistêmica” na qual, determinados atores performam um papel de destaque; b) esta comunidade epistêmica se localiza em um determinado território que, por sua vez, possui específicas configurações urbanas, sociais e econômicas; c) os atores que lhes constituem frequentam os mesmos lugares, eventos e compartilham e defendem os mesmos valores, posturas e estéticas; c) esta mesma comunidades epistêmica é fortemente marcada pelo território, mas também torna-se um marcador territorial que ela mesma contribui para transformar.

A partir deste recorte, as cenas culturais podem ser descritas tomando em consideração os seguintes aspectos: 1) a configuração territorial: social, econômica, arquitetônica e urbana; 2) a rede de atores que compõe a comunida-

de epistêmica e sua demarcação territorial; 3) os lugares de encontro; 4) valores, engajamentos, manifestos, conhecimentos específicos e inovações defendidas; 5) eventos e projetos que a comunidade epistêmica participa dentro e fora do bairro; 6) efeitos de transbordamento da comunidade epistêmica no seu território em termos de atmosfera, estrutura social e transformação urbana; 7) a difusão da cena nas mídias e redes sociais.

### 3. Resultados e discussão

De modo a aplicar o quadro teórico e metodológico desenhado pelo projeto SCAENA, passo a descrever a cena cultural do bairro Santo Antônio Além do Carmo em Salvador, a partir da análise da dinâmica do carnaval realizado pelo coletivo Bloco De Hoje a 8 (DHJA8).

#### **3.1. A configuração territorial: social, econômica, arquitetônica e urbana**

O Santo Antônio Além do Carmo é um dos bairros mais antigos de Salvador e está localizado no Centro Histórico da cidade em zona de proteção rigorosa, segundo os critérios do Instituto Patrimônio Histórico e Arquitetônico Nacional (IPHAN). Foi erguido em um sítio ocupado por aldeias tupinambás e teve sua primeira missa celebrada no ano de 1594, quando ali já tinha sido construída uma pequena capela que já carregava o nome do santo que nomeia o bairro.

Desde suas origens, o Santo Antônio caracterizou-se por ser um bairro eminentemente residencial – traço que conserva até hoje, após mais de 400 anos de seu nascimento. Por sua característica um tanto quanto insular, pois foi

estruturado sobre uma cumeada, cujo lado oeste é cercado por escarpas e do lado leste por vales, o bairro conseguiu conservar suas principais características arquitetônicas em termos de tipologia, antiguidade e volume. Sua paisagem arquitetônica é composta majoritariamente por casas simples e sobrados, mesclados aos monumentos históricos, o que confere um perfil singular ao bairro e uma ambiência “bucólica” e “pacata”, com aparência de “cidade do interior” – assim reiteradamente descrita por diferentes personagens, sejam os próprios moradores, visitantes ou os meios de comunicação. Dentre as estruturas monumentais que compõem a paisagem histórica do bairro, destacam-se o Conjunto do Carmo composto pelo Convento, Igreja (Séc. XVII), a Ordem Terceira de Nossa Senhora do Carmo (Séc. XIX) e o Conjunto do Santo Antônio Além do Carmo formado pela praça, belvedere, a Igreja Matriz (Séc. XIX) e o forte (segunda metade do século XVII) que são homônimos. Abriga ainda monumentos históricos como a Igreja do Santíssimo Sacramento da Rua do Passo (Séc. XVIII), a Cruz do Paschoal (Séc. XVIII), a Igreja de Nossa Senhora do Boqueirão (Séc. XVIII) e a Igreja dos 15 Mistérios (Séc. XIX). Soma-se a esse conjunto de monumentos, a arquitetura de sobrados datadas do século XIX que conferem um conjunto arquitetônico singular ao bairro.

Nos últimos 15 anos o bairro do Santo Antônio vem passando por um movimento espontâneo de florescimento cultural que não é necessariamente fruto de intervenções diretas dos governos, mas de iniciativas de artistas, coletivos culturais, de empresários dos ramos da gastronomia e hotelaria e também de seus moradores. A partir da década de 1990, o bairro passa por uma mudança no seu perfil populacional – de teor mais qualitativo do que quantitativo – pois presencia um afluxo de novos moradores (sobretudo estrangeiros e brasileiros da região Sudeste – os baianos que optaram por migrar para o bairro, paradoxalmente, ainda eram minoria) que passam ocupar os antigos sobrados, o que tam-

bém colaborou para a preservação desses imóveis. Esse novo contingente é formado em sua maioria por uma classe média formada por profissionais liberais, artistas que fizeram do bairro seu lugar de moradia, mas também de trabalho. Se nos anos 1990 a migração foi predominantemente de estrangeiros e brasileiros da região Sudeste, a partir dos anos 2000 são os baianos que passam a ocupar o Santo Antônio, fazendo crescer assim a densidade cultural do bairro.

De acordo com o último recenseamento elaborado pelo IBGE (Censo 2010), o Santo Antônio apresenta as seguintes características socioeconômicas: tem uma população de cerca de 4 mil moradores, dentre os quais 49% encontra-se na faixa etária de 20 a 49 anos. 40% da sua população tem renda entre de 1 a 3 salários mínimos e possui entre 11 a 14 anos de escolaridade. Portanto, é um bairro de classe média baixa, com taxas modestas de escolaridade (Bahia, 2016). Como o último censo já data mais de dez anos, o que corresponde ao período de uma migração de novos moradores de classes médias intelectualizadas, é possível que no próximo recenseamento a ser realizado tal alteração venha ser capturada pelas estatísticas.

A partir da década de 1990, o Santo Antônio vai ganhando novos estabelecimentos comerciais, sobretudo pela instalação das suas primeiras pousadas, bares, restaurantes e pequenos ateliês e galerias de artistas visuais e artesãos, condição que vai conferindo um certo ar cosmopolita àquela pequena localidade com feições de cidade do interior. Segundo depoimento de um dos nossos depoentes, o advento da instalação de pousadas nesse período deflagrou a abertura de um comércio colateral, como bares e restaurantes, pequenas lojas, ateliês e galerias. Ainda que esse movimento de povoamento de novos moradores e a instalação de um pequeno comércio possa ter se plasmado como efeito do controverso processo de renovação urbana vivido pelo Pelourinho, o Santo Antônio, mesmo que muito próximo, manteve-se, em certa medida, incólume às

implicações mais incisivas do processo de gentrificação que o Pelourinho conheceu.

A partir de então, o bairro vai sendo paulatinamente valorizado, ganhando ares cosmopolitas, mediante a instalação de hotéis de luxo; a aquisição de casas por parte de artistas-celebridades do circuito ampliado da produção cultural, tornando-se alvo de interesses para implantação de projetos comerciais de entretenimento e lazer; cenário para gravação de novela global, e por fim, o fenômeno que mais nos interessa particularmente, tornando-se palco para a celebração de um carnaval territorializado, bastante singular no contexto de um cidade como Salvador, realizado por iniciativa de um coletivo de artistas e produtores residentes do bairro.

### **3.2 A rede de atores que compõe a comunidade epistêmica e sua demarcação territorial**

A comunidade epistêmica aqui eleita é exatamente o coletivo Bloco de Hoje a 8 (DHJA8), responsável pela iniciativa do bloco de carnaval que carrega o mesmo nome e tornou-se o agente dinamizador da atual configuração do carnaval do bairro. Dos quase 30 membros que se envolvem para a realização do desfile do bloco e suas outras atividades pontuais, foram entrevistados quatro membros que compõem o núcleo duro, por assim dizer, que faz a máquina funcionar no seu cotidiano. A intenção da conversa era escutar a trajetória de cada um e rastrear o processo que configurou na criação do bloco. Na faixa dos 30 anos (a mais jovem 32 e o mais velho 39), são quatro personagens que ilustram o perfil dos intermediários culturais contemporâneos. Oriundos de classe média da cidade, quase todos possuem nível superior (exceto um deles), são residentes do bairro (exceto um deles que foi morador e já não mais o é) e desenvolvem

suas atividades profissionais nos segmentos culturais: designer, empreendedor cultural autodidata, escritora/professora universitária e produtora cultural.

Eles contam que as origens do bloco estão diretamente ligadas ao Grupo GIA de Intervenções Urbanas, um coletivo cultural que desenvolvia performances e intervenções na cidade e, nesse movimento, o Santo Antônio acabou se tornando uma espécie de laboratório para tais intervenções artísticas e local de moradia de muitos dos seus membros. A ideia de se criar um bloco de carnaval no bairro surge em 2011 quando um grupo de amigos ligados ao GIA fazia curso de percussão em um espaço cultural próximo, o Forte do Barbalho. Como observa um dos informantes, a ideia do bloco deriva de uma conjunção de movimentos e atores sociais ligados ao movimento do samba no Largo do Santo Antônio, ao coletivo GIA e ao bar Oliveiras – espaço cultural de destaque no bairro.

O samba já tinha presença nas intervenções artísticas do grupo, entre elas o SambaGIA – espécie de rodas de samba realizadas pelo grupo, com composições próprias, cujo objetivo era intervir no espaço público de forma a expandir suas possibilidades de ação artística. Pelos depoimentos dos diferentes membros do coletivo, o samba comparece como um importante amálgama, seja como elemento que reúne os amigos em torno da música e do divertimento, seja como motivação para criação artística. O bloco então é fruto de uma constelação de projetos e ações culturais desenvolvidas por um grupo de amigos que ora se reúnem para trabalhar, ora para se divertir (ou os dois ao mesmo tempo).

Constituído como “uma iniciativa coletiva de amigos, parceiros e demais amantes do samba que buscam valorizar, divulgar e fomentar a tradição do samba”, o bloco então é criado em 2011 e tem sua primeira saída nas ruas do Santo Antônio no sábado que antecedia o carnaval do ano de 2012. Tem seu nome inspirado na expressão baiana “de hoje a oito” que significa daqui a uma semana, tornando-se uma das suas características definidoras, qual seja: rea-

lizar seu desfile no sábado que antecede a semana oficial do carnaval. O estilo musical escolhido pelo bloco foi o samba-enredo, um tanto quanto incomum para a tradição carnavalesca baiana.

Desde o início, a intenção era criar uma possibilidade de fruição da festa alternativa aos padrões do carnaval baiano, que como se sabe, ainda carrega um traço fortemente privatizante e uniformizador, cristalizado pela sua organização em torno de blocos comerciais e camarotes. Desse modo, o DHJA8 mobiliza uma tendência em voga em algumas cidades brasileiras (Olinda, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e mais recentemente em São Paulo) de revalorização de antigos carnavais, cujo princípio se orienta pela livre ocupação do espaço público, pela espontaneidade do brincar e pela recuperação da prática de se fantasiar. No caso do DHJA8, acrescenta-se ainda a intenção de posicionar-se alternativamente ao modelo que predomina na festa momesca soteropolitana – mesmo considerando-se que nos últimos anos outras práticas ganharam vida – viabilizando assim uma maior diversidade e pluralidade na programação do carnaval da cidade.

### 3.3 Os lugares de encontro

Por ser um bairro residencial e ainda que aglomere um importante conjunto de patrimônios históricos, sua cena cultural possui algumas especificidades. Naquela localidade não há a presença de grandes equipamentos culturais mais clássicos como teatros, óperas, grandes galerias de arte ou salas de concerto, elementos que contribuiriam para conformação de uma cena cultural, como assim preconiza alguns autores (Clark & Silver, 2014). Ainda que sua localização no centro da cidade facilite o acesso a importantes equipamentos culturais de Salvador, como museus e teatros, fortemente concentrados na região

central, no Santo Antônio a malha de espaços e equipamentos culturais têm um caráter menos tradicional e ganha contornos mais flexíveis e mesmo inusitados. Nos rastros da proposição de Clark e Silver (2014), que buscam compreender as amenidades (instituições e espaços culturais) de um bairro na conformação de cenas específicas e os estilos de vida que evocam, no Santo Antônio, são as ruas do bairro com sua herança histórica, a sua praça principal, o pôr do sol que se avista da Baía de Todos os Santos, os sobrados e casas, e até mesmo o pátio da Igreja do Santo Antônio passam a figurar também como espaços que proporcionam a produção, circulação e práticas de consumo cultural.

São muitos os coletivos culturais, grupos, artistas, espaços e práticas culturais que hoje povoam o bairro e dão vida à sua cena cultural. Mas talvez o samba seja a linguagem que tem comparecido como um marcador identitário das expressões culturais mais vigorosas que ali ganham vida. A partir do ano de 2011, desde que o Largo do Santo Antônio passou a ser ocupado às últimas sextas-feiras do mês pelas rodas de samba promovidas pelo grupo musical Botequim, um fluxo de novos consumidores do bairro começou a se formar com maior intensidade. A prática de frequentar rodas de samba não se dá num vazio cultural. Essa linguagem, antes restrita a bairros populares, passa a conformar as práticas de consumo cultural das classes médias que buscam nas expressões populares uma fonte de valorização da “tradição” e da “autenticidade”. Tais práticas de consumo funcionam então como marcadores identitários, conformando estilos de vida específicos.

### **3.4. Valores, engajamentos, manifestos, conhecimentos específicos, inovações defendidas**

O bloco traz em seu DNA o espírito crítico, seu posicionamento político e irreverência comum a esse tipo de ação. Desde sua primeira saída em 2012,

o bloco já desfilou durante nove anos seguidos pelas ruas do Santo Antônio, angariando a cada ano um número expressivo de foliões. Não por acaso, foi esse notável crescimento que deflagrou a minha curiosidade sociológica em tentar compreender as tramas que se teciam na conformação dessa expressão cultural. O interesse que me guiava era compreender como um pequeno coletivo, não aderente às lógicas comerciais do mercado cultural, sem apoio dos poderes públicos, tinha alcançado tamanha evidência, o que, por consequência, trazia impactos e transformações no dinamismo cultural daquela localidade.

Na entrevista realizada com alguns dos membros do coletivo, a palavra afeto talvez tenha sido aquela mais usada para descrever a maneira pela qual se coloca o bloco na rua, literalmente. Ação entre amigos, motivada pela comunhão de interesses artísticos e estéticos, o projeto, que inicialmente não tinha maiores pretensões, além do que inventar um carnaval para brincar junto, parece ter ganhado vida própria, tornando-se maior do que o previsto por seus criadores. O crescimento inesperado do bloco tem comparecido como fonte de certa inquietação por parte dos seus organizadores, principalmente no que se refere aos impactos que podem vir a trazer para o bairro.

A citação abaixo, fruto de uma dissertação de mestrado sobre o coletivo GIA, na qual é abordada brevemente a ação do DHJAB, descreve com precisão os valores e modos de fazer do bloco:

Comunitarismo, não-hierarquia, laços afetivos, forte contestação política baseada num discurso anti-gentrificação e compromisso ético com o território, atitude anti-mercado são princípios que compõem a gramática axiológica que orienta as práticas de organização do coletivo. Não por acaso são valores que integram as narrativas de muitos coletivos artísticos contemporâneos que povoam a paisagem artística de diversas metrópoles e que parecem atravessar fronteiras, pois figuram de forma muito similar seja no discurso de grupos culturais instalados em um bairro histórico do centro de Salvador, seja nas narrativas de coletivos instalados em bairros culturais diferentes metrópoles do globo.

Comunitarismo, não-hierarquia, laços afetivos, forte contestação política baseada num discurso anti-gentrificação e compromisso ético com o território, atitude anti-mercadológica são princípios que compõem a gramática axiológica que orienta as práticas de organização do coletivo<sup>2</sup>. Não por acaso são valores que integram as narrativas de muitos coletivos artísticos contemporâneos que povoam a paisagem artística de diversas metrópoles e que parecem atravessar fronteiras, pois figuram de forma muito similar seja no discurso de grupos culturais instalados em um bairro histórico do centro de Salvador, seja nas narrativas de coletivos instalados em bairros culturais diferentes metrópoles do globo.

O modo de organização, como já destacado por Gomes (2013) baseia-se na autonomia e na autogestão, numa lógica em que cada membro aporta suas diferentes competências, desdobrando-se assim na ação necessária para fazer o bloco acontecer. Através dos depoimentos dos seus membros, diria mesmo que se guiam por um modo de organização um tanto quanto anárquico, seja no sentido de não haver hierarquias de funções, seja no sentido do improvisado e da forma intempestiva em que organizam suas ações para a saída do bloco, concentrando as atividades “meio às vésperas” (sobretudo durante o mês de janeiro), embalados pela atmosfera do verão. Nesse sentido, o ritmo da organização do bloco obedece ao fluxo da temporalidade estival e da atmosfera que a cidade transpira durante essa época do ano.

---

2 A ideia contida na noção de “coletivo” evoca o caráter não-hierárquico e comunitário que compõem o ethos e as práticas desses grupos.

### **3.5. Eventos e projetos que a comunidade epistêmica participa dentro e fora do bairro**

A principal ação do coletivo é o desfile do Carnaval no Santo Antônio, contudo participam de festas populares da cidade de Salvador, a exemplo da festa do Bonfim, de Iemanjá ou em datas cívico-festivas (2 de Julho) e manifestações políticas cujas pautas compõem os valores partilhados pelo grupo. O bloco não é um projeto profissional de nenhum dos membros envolvidos, ou seja, não é fonte de renda para seus realizadores. Ao contrário, é consequência de ações coletivas de amigos e profissionais que amalgamados por projetos em comum, fizeram acontecer o DHJA8.

#### **3.5.1. Efeitos de transbordamento da comunidade epistêmica no seu território em termos de atmosfera, estrutura social, transformação urbana**

O coletivo DHJA8 possui uma forte ancoragem no território, pois aciona diversos agentes locais para sua realização, além de promover vínculos culturais, econômicos e sociais com os moradores do bairro. Segundo os membros do coletivo, o bloco é um dos projetos mais “abraçados” pelo bairro como um todo, pois mobiliza várias dimensões no qual os residentes são incluídos. Culturalmente, pois muitos participam como foliões e relatam o prazer de ter um desfile carnavalesco passando por suas janelas, além de ser o deflagrador para a organização de pequenos eventos festivos privados que gravitam em torno das residências. Desse modo, toda uma rede de micro-festividades paralelas vai se organizando em torno da efeméride da saída do DHJA8. A dimensão econômica é a instância mais agregadora mobilizada pelo desfile do bloco, pois envolve uma

diversidade de agentes que se beneficiam dos impactos econômicos gerados pela festa, incluindo um conjunto de moradores que realiza pequenos serviços ou se envolvem no comércio ambulante gerado no dia da festa, conformando assim uma pequena cadeia produtiva informal, além do comércio formal composto por bares e restaurantes. O desfile do DHJA8 é um evento que deflagra uma grande expectativa por parte de alguns moradores, principalmente os de renda mais baixa, pois miram a festividade uma possibilidade de obter uma pequena renda. Já na dimensão social, o coletivo promove ações comunitárias de diálogo com os moradores, cristalizadas em visitas às residências e à elaboração de comunicados com orientações sobre a dinâmica da festa, contendo quesitos sobre higiene, segurança e poluição sonora ou ambiental, reiterando um princípio forte que orienta o coletivo: o engajamento com a vida social do bairro.

Evidentemente que a realização de evento de tal magnitude provoca também tensões e conflitos, mas, segundo os organizadores, esta tendência é residual se comparado à adesão da festa por parte dos moradores. Paradoxalmente são os residentes mais recentes, oriundos de classes médias mais intelectualizadas, que hoje comparecem como a força de resistência e críticas aos desdobramentos do carnaval do Santo Antônio. Segundo relatado por um dos nossos informantes, os recém-chegados manifestam certa resistência pois vêm no crescimento do carnaval um vetor potencial de gentrificação do bairro, reiterando assim a disposição um tanto quanto já clássica na racionalidade dessa fração de classe: a atuação como sujeita objetivante de um processo que insiste em criticar, operando assim uma racionalidade ambivalente entre discurso e prática.

Cumprindo uma trajetória de crescimento contínuo, o desfile do bloco tem atraído cerca de dez mil pessoas espalhadas pelas estreitas ruas do Santo Antônio, culminando num certo agigantamento inesperado e não desejado pe-

los seus organizadores. Tal condição acarretou danos ao ecossistema do bairro, seja pela poluição sonora e higiênica gerada, seja pelos pequenos transtornos causados aos residentes. Os efeitos desse crescimento não passaram incólumes pelos organizadores do coletivo, deixando-lhes rastros de inquietação e conflitos no que se refere à escala que o desfile ganhou nos últimos anos. O rescaldo dos efeitos não desejados pelo desfile de 2018, por exemplo, provocou até mesmo o questionamento sobre a saída do bloco em 2019, uma vez que contrariou alguns valores caros ao grupo, sobretudo no que se refere ao comprometimento social e ecológico com o bairro.

### **3.6. A difusão da cena nas mídias e redes sociais**

O carnaval promovido pelo DHJAB já se tornou um evento consolidado na programação pré-carnavalesca da cidade. Se inicialmente fora concebido como um pequeno movimento de celebração entre amigos, nos últimos anos ganhou uma dimensão agigantada que reúne milhares de foliões pelas ruas estreitas do bairro durante o sábado que antecede o carnaval. Assim, a celebração é divulgada pelos principais meios de comunicação da cidade (mídia impressa e televisiva) e pelas redes sociais do coletivo. Mas foi no ano de 2019 que o bloco ganhou uma grande visibilidade por conta de uma polêmica que se instaurou à época. O anúncio do desfile de um bloco carnavalesco de natureza comercial foi o estopim para uma grande crise que se instalou entre os membros do coletivo.

O referido bloco, agente das fileiras da indústria do carnaval baiano (proprietários de blocos e camarotes), lançou uma proposta para desfilarem no pré-carnaval do Santo Antônio, na mesma data do desfile do DHJAB, aos moldes de uma fanfarra que estimulava seus foliões a portarem fantasia, acompanhando, em certa medida, o modelo afeito ao carnaval do bairro. Diante desse fato, o

DHJA8 posicionou-se publicamente na página da sua rede social, anunciando aos seus foliões a crise que se instalara: a possibilidade de suspender o seu desfile. Na nota explicitaram alguns princípios que movem o coletivo: a) recusa em figurar no carnaval oficial da cidade e participarem do que consideram como “a espetacularização midiática do carnaval”, mediante renúncia de ofertas de patrocínio da indústria de bebidas e da cobertura pela mídia; b) reafirmação da crença de uma festa gratuita, de rua e que valoriza a diversidade; c) engajamento social e o questionamento sobre o dever do carnaval do bairro mediante o interesse de outras entidades carnavalescas.

A controvérsia tornou-se pública e ganhou uma significativa cobertura da mídia (imprensa e televisiva), além da repercussão entre os foliões do bloco que se manifestaram maciçamente nas redes em apoio às inquietações evocadas pelo DHJA8. O saldo da polêmica resultou na suspensão do desfile do bloco comercial, restringindo-se a realizar apenas uma festa privada nas dependências de uma casa de eventos no bairro, e a mudança da data do desfile do DHJA8, transferindo sua saída do sábado para a terça-feira – uma decisão que suscitou celeumas entre os membros do coletivo, tendo em vista ser está um dos traços que conformam a identidade do bloco.

## 4. Conclusão

A metodologia proposta pelo projeto SACENA é promissora na medida em que aciona a interdisciplinaridade como núcleo central, uma vez que congrega abordagens de diversos campos de conhecimento como urbanismo, economia, sociologia, geografia, história, artes entre outros. Nesse sentido, acionar o conceito de cena enquanto instrumento teórico e metodológico contribui

para deslindar, numa perspectiva multidimensional (cultural, estética, econômica, geográfica e social), as dinâmicas específicas da criação cultural que dão vida às cenas culturais de determinados bairros. Dispor de análises com tais características pode subsidiar a formulação e implementação de políticas culturais mais horizontais, mediante o reconhecimento das especificidades dos ecossistemas culturais locais, superando assim, uma intervenção pública verticalizada e de frágil diálogo com quem faz e inventa criativamente as cidades.

A configuração do carnaval do bairro do Santo Antônio Além do Carmo promovido pelo coletivo DHAB é uma clara expressão do resultado de uma outra forma de se criar um “território criativo”, para além de uma lógica puramente econômica, uma vez que se sustenta em processos coletivos de criação, cujas práticas se organizam e são orientadas por um modo de fazer baseado em processos colaborativos, horizontais e um tanto quanto desviantes, mas que ainda assim produzem impactos consideráveis na dinâmica cultural e também econômica do bairro. Reiterando a inspirada sugestão proposta por Ambrosino e Guillon (2016, p. 36): “não seria a hora de reabilitar a ideia de “cidade criativa”, ultrapassando a ideia de criatividade pautada no talento individual e na propriedade intelectual, para abrir espaços para outras lógicas baseadas em processos coletivos de inovação social que dão vida às cenas culturais e reinventam os espaços de partilha e modos de viver em comum?”.

## 5. Referências

Ambrosino, C. & Guillon, V. (2016). Penser la métropole à “l’âge du fair”: création numérique, éthique hacker et scène culturelle. L’Observatoire: la revue des politiques culturelles, Grenoble, (47):31-36.

Ambrosino, C, & Sagot-duvaouroux, D. (2018). Scènes urbaines: vitalité culturelle et encastrement territorial de la création artistique. In: Talandier, M; Pecqueur, B *Renouveler la géographie économique*. Paris: Economica; Anthropos. 105–120.

Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia. (2016). Painel de informações: dados socioeconômicos do município de Salvador por bairros e prefeituras–bairro. Sistema de Informações Geográficas Urbanas do Estado da Bahia (INFORMS – Organizador). 5. ed. Salvador: CONDER/ INFORMS.

Cohendet, P, Grandadam, D, Simon, L & Capdevila, I. (2014). Epistemic communities, localization and the dynamics of knowledge creation. *Journal of Economic Geography*, 14(5): 929–954.

FLORIDA, R. (2002). *The rise of the creative class...and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. [S. l.]: Basic Books.

GIBSON, C, & KLOCKER, N. (2004). Academic publishing as “creative” industry, and recent discourses of “creative economies”: some critical reflections. *Area*, Hoboken, 36(4): 423–434.

Gomes, MB.

(2013). *Intermedialogias: uma cartografia poética sobre o grupo de interferência ambiental – GIA*. 148 f. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas) – Escola de Teatro, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Guibert, G. (2016). La scène comme outil d'analyse en sociologie de la culture. *L'Observatoire: la revue des politiques culturelles*. Grenoble, (47): 17–20.

Leitão, CS. (2014). *Indústrias criativas × economias criativas: a disputa entre modelos de desenvolvimento*. In: Rubim, L; Pitombo, M; Souza, D. *ENECULT 10 anos*. Salvador: EdUFBA, 125–146.

Menger, PM. (2009). *Le travail créateur: S'accomplir dans l'incertain*. Paris: Éditions Seuil.

OVERBRAND. (2012). *Projeto Territórios Criativos Cadastramento e Situação dos Empreendimentos Comerciais do Território do Santo Antônio Além do Carmo*. Salvador.

Pitombo, M, & Barbosa, F. (2017). *Carreiras artístico-culturais e economia criativa: princípios, valores e tensões em processos de formação e profissionalização*. In E Alves, A Barbalho, MP Vieira (Org.). *Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimentos*. Salvador: EDUFBA, 175-199.

Scènes culturelles, Ambiances et Transformations Urbaines. (2018). *Scènes culturelles, ambiances et transformations urbaines*. Projeto de pesquisa apresentado à Agence National de Recherche (França). (mimeo).

\_\_\_\_\_. (2019). *Remarques conclusives de la session grenobloise, (12-14 mars)*. (mimeo).

Silver, D, & Clark, TN. (2015). *The power of scenes*. *Cultural Studies*. Abingdon, 29(3): 425 - 449.

Straw, W. (2015). *Above and below ground*. In P. Guerra, T. Moreira. *Keep it simple, make it Fast! An approach to underground music scenes*. Porto: Universidade do Porto, 407- 414.

Straw, W. (2004). *Cultural scenes*. *Loisir et Société*. Abingdon, 27(2): 411- 422.

Straw, W. (2014). *Scènes: ouvertes et restreintes*. *Cahiers de Recherche Sociologique Montreal*, 17- 32.

# Música de concerto como política pública na Bahia - desenvolvimento humano e social de jovens do Negjiba

**RAYME VASCONCELLOS SOARES**

PPGDC/UFBA

raymesoares@gmail.com

**CRISTIANO SEVERO FIGUEIRÓ**

IHAC/PPGDC/UFBA

cristianofigueiro@ufba.br

# Música de concerto como política pública na Bahia - desenvolvimento humano e social de jovens do Neojiba

## 1 Introdução

Criada no ano de 2007, pelo pianista Ricardo Castro, educador, regente e gestor cultural, a instituição NEOJIBA, que se configura em Núcleos Estaduais e Orquestras Juvenis e Infantis da Bahia, é exemplo de política pública voltada para o desenvolvimento social, educação e cultura, com caráter, exemplarmente, inovador. A razão de ser do programa e o que este projeta para o seu futuro convergem com as ações praticadas, haja vista a construção da sua missão e visão institucional, nitidamente, voltadas para o desenvolvimento humano e social do Estado.

A diversidade cultural do povo brasileiro implica em importante potencial criativo, mostrando um campo fértil para o surgimento de produções e inovações no âmbito da cultura, o que redundará em efetiva oportunidade de inclusão social. Na realidade, historicamente, o Brasil tem como uma de suas características mais importantes a integração de diferentes costumes, hábitos e crenças,

fundamentalmente, indígenas, africanos e europeus. No entanto, paradoxalmente, existe no país, uma discriminação das várias contribuições étnicas com uma arraigada segregação, que culmina em considerável desigualdade de oportunidades. Na realidade, há de se compreender a necessidade de preservação das culturas e dos seus ecossistemas, viabilizando, inexoravelmente, a equidade.

Em favor de ações que possibilitem a redução das desigualdades sociais, faz-se necessário atentar para iniciativas efetivas, a partir das potencialidades produtivas que, também, signifiquem inclusão e equidade de oportunidades para os indivíduos. Neste sentido, é de fundamental importância observar as aptidões regionais que, não raras vezes, estão atreladas à origem dos povos do local. Segundo Landry (s.d) apud Depiné (2018) o potencial criativo de um local está relacionado com a sua história e cultura, aglutinando elementos que constituem o caráter de uma região.

No Estado da Bahia, destacadamente, há uma exuberante vocação para a música, onde pululam indivíduos, com as mais diversas condições sociais, econômicas e culturais, amalgamados com a arte de combinar e exprimir os sons, sem que, necessariamente, se atenham ao estilo musical popular ou erudito. A música, enquanto linguagem do processo comunicacional, destacadamente na Bahia, tem sido objeto de práticas relevantes, que viabilizam o desenvolvimento humano e social dos indivíduos.

Neste contexto, tomar como referência as práticas do NEOJIBA, muito provavelmente, possibilite a compreensão e a identificação dos elementos que confluem para o êxito desse tipo de ação social.

É importante ressaltar que a metodologia do programa NEOJIBA é fundamentada no modelo didático-musical gerado pelo venezuelano José Antônio de Abreu, em 1975. Cujo lastro está relacionado com a ideia de que é na orquestra sinfônica que se verifica o resgate social e o futuro da música. As controvér-

sias relativas ao propósito básico de inclusão social do programa em estudo, e o modelo utilizado são verificadas, a partir do princípio de se valer, na prática, de um repertório, prioritariamente, erudito.

O desenvolvimento humano impacta, sobremaneira, na sustentabilidade de um povo e implica em equilíbrio econômico, social e ambiental, culminando em viabilização de uma sociedade mais justa e igualitária. Sob esta ótica, o presente artigo objetiva analisar as influências da linguagem musical como pertencente de um processo comunicacional que influencia no desenvolvimento humano e social dos jovens do NEOJIBA.

## 2 Procedimentos metodológicos

Este trabalho possui uma abordagem qualitativa, haja vista que conforme Moreira (2002), de modo genérico, neste contexto, a pesquisa é passível de ser relacionada ao processo de coleta e de análise de material textual. No que diz respeito aos objetivos, esta pesquisa possui caráter descritivo e analítico, uma vez que se vale do registro, da análise e da correlação de fatos ou fenômenos, de modo que, em nada, estes sejam alterados. A orientação sistêmica sobre os elementos que compõem este estudo deverá contribuir para novas percepções e para a compreensão processual do assunto pesquisado.

A metodologia é a ciência que estuda os métodos utilizados no processo de conhecimento. É, portanto, “[...] uma disciplina que se relaciona com a epistemologia e consiste em estudar e avaliar os vários métodos disponíveis, identificando suas limitações ou não no âmbito das implicações de suas aplicações” (Costa, 2001, p. 4).

Neste trabalho buscamos um ambiente de pesquisa multireferencial

Carvalho (2020) que forneça instrumentos de análise para uma reflexão interdisciplinar sobre as dimensões da cultura, das políticas públicas e da educação musical.

No que se refere à operacionalização da pesquisa, ou aos procedimentos admitidos, serão utilizadas neste trabalho a pesquisa bibliográfica e documental. Ademais, serão utilizadas bases de dados, tais como: scielo, google acadêmico e bancos de teses e dissertações.

## 3 Resultados e discussões

### 3.1 A criatividade e a diversidade cultural

A criatividade de um povo é espelhada na sua cultura e, notadamente, é percebida mais abundante em condições onde a diversidade de costumes é entendida como insumo determinante para a obtenção de resultados coletivos mais expressivos. Assim sendo, compreende-se a criatividade como fundamental para o desenvolvimento das sociedades, nas mais diversas esferas, a exemplo da cultural, artística, tecnológica, científica, musical, dentre outras.

Em uma dinâmica inovadora, as ideias alimentam o movimento cultural, que é percebido a cada geração. Cada indivíduo leva consigo a heterogeneidade, existente nos construtos culturais, comportamentais e sociais, ao mesmo tempo, singularizando a cultura de um povo, de um tempo, de um lugar.

Os traços culturais de uma sociedade só podem ser entendidos de acordo com os padrões vigentes nessa mesma sociedade. Cada cultura deve ser analisada a partir de seus próprios princípios. Todas as culturas representam formas encontradas por uma determinada comunidade para resolver seus problemas (Miklos, 2014).

No Estado da Bahia, são identificados traços culturais, que permitem a compreensão de uma sociedade, cuja riqueza se evidencia na música, na culinária, na dança, nas artes plásticas e em outras vertentes culturais, talvez, menos observadas. No entanto, se não cultivada, fomentada e processada de modo a resultar em desenvolvimento social e humano, de nada vale a exuberância cultural de um povo, principalmente, em uma sociedade cuja desigualdade se apresenta tão gritante. Portanto, ressalta-se a importância de compreender os resultados da diversidade cultural e da criatividade como valiosíssimo fator de desenvolvimento econômico, implicando em sustentabilidade socioeconômica.

Desta forma, são necessárias ações de estado que, efetivamente, possibilitem a participação daqueles que integram esta diversidade cultural, tomando como lastro a compreensão da importância do pensar e agir de forma inclusiva e equitativa, para um devir menos desigual.

Sob uma ótica nacional, para o Plano da Secretaria da Economia Criativa – Políticas, diretrizes e ações, 2011–2014: “[...] só poderemos construir um país sem miséria (nos significados mais amplos que a palavra miséria possa nos suscitar) se tratarmos a diversidade cultural brasileira como recurso essencial para a construção das nossas políticas públicas” (BRASIL, 2011, p. 01).

Ou seja, o entendimento sobre a diversidade cultural como recurso fundamental para a elaboração de políticas públicas permite ações socialmente inclusivas, reforça as identidades regionais e robustece a dinâmica de desenvolvimento individual e coletivo, permitindo a estruturação de uma sociedade mais equânime, movendo-se em sentido contrário ao da indigência e de outras possíveis mazelas sociais.

Na Bahia, dentre os programas de cunho social, considerando o objetivo deste trabalho, destaca-se o NEOJIBA, que, enquanto política pública, revela-se importante espaço de integração e de potencial força inclusiva. Neste sentido, faz-se necessário conhecer e compreender as práticas da referida entidade.

### 3.2 As atividades sociais e musicais praticadas no NEOJIBA

Criado em 2007, pelo músico e educador Ricardo Castro, os Núcleos Estaduais de Orquestras Juvenis e Infantis da Bahia, NEOJIBA, é um programa de caráter social, que objetiva o desenvolvimento humano e social, a partir da educação musical. É associado à Secretaria de Justiça, Direitos Humanos e Desenvolvimento Social do Governo do Estado da Bahia e gerido pelo Instituto de Desenvolvimento Social pela Música (IDSM). A sua prática didática-musical se fundamenta no modelo venezuelano El Sistema criado e estabelecido por José Antônio Abreu, que possui um teor conservatorial, primordialmente, voltado para a música erudita.

O programa é um exemplo de política pública voltada para desenvolvimento social, educacional e cultural, conforme se verifica na descrição do seu papel perante a sociedade (missão institucional) e no seu objetivo maior (visão institucional), onde, destacadamente, verifica-se a integração social.

O programa se desmembra em núcleos, denominados Núcleos Territoriais do Neojiba (NTN), distribuídos pelos seis macro-territórios de identidade da Bahia. De acordo com o Portal NEOJIBA, em 2019, efetivou-se a inauguração dos Núcleos Territoriais de Feira de Santana, Texeira de Freitas e Vitória da Conquista, que são geridos por um núcleo central localizado em Salvador, responsável, também, por coordenar o funcionamento das seguintes atividades: Orquestra 2 de Julho, Orquestra Castro Alves (OCA), Orquestra Pedagógica Experimental, Orquestra de Cordas Infantil, Coro Juvenil, Coro Infante-juvenil e Coro Comunitário. Com o objetivo de permitir uma visão sistêmica do programa, faz-se mister analisar os cinco princípios fundamentais do El Sistema, modelo referência para as práticas do NEOJIBA, ou seja, o referencial teórico que norteia as ações pedagógicas do programa na Bahia, conforme Quadro 1.

## Quadro 1 – Princípios Fundamentais do El Sistema

### PRINCÍPIOS

“Desenvolvimento Social: este primeiro princípio fundamental postula que o desenvolvimento social ocorre através da excelência musical, como uma via de mão dupla que se retroalimenta sem enfatizar um elemento em detrimento do outro. Assim, o integrante do Programa NEOJIBA, na busca de resultados de um fazer musical coletivo de excelência, é conduzido à integração social, à disciplina, ao esforço, à concentração e à busca metódica de seus objetivos, se educando, se instruindo e retroalimentando a vida cotidiana através da expansão destas experiências para a sua convivência familiar e social. [...]”

“A atividade musical em grupo: ou seja, em formações orquestrais/instrumentais e corais. Uma vez que o que se busca é o desenvolvimento e integração sociais, é preciso que o indivíduo tenha uma vivência social e comunitária positiva. As atividades e o conhecimento devem ser aprendidos e compartilhados no grupo e com o grupo de maneira cooperativa. [...]”

“Encontros frequentes: para se obter êxito faz-se necessário uma prática deliberada e frequente. Os grupos devem se encontrar idealmente no mínimo 3 vezes por semana e por períodos de duas a três horas por encontro. Quanto mais tempo dedicado ao fazer musical coletivo de excelência, mais resultados serão alcançados e direcionados para outras áreas da vida dos integrantes. [...]”

“Acesso não seletivo: as atividades devem ser gratuitas e sem seleção. Não são utilizados testes de aptidão ou proficiência musical para a inscrição em orquestras e corais de iniciantes no Programa. É fundamental oferecer a instrução, os instrumentos, o material didático sem custos para todos os integrantes. [...]”

“Conectividade de rede: o conceito de rede traz a possibilidade de trânsito interno do integrante dentro do Programa NEOJIBA, podendo ele se candidatar a intercâmbios ou transferência para outros núcleos ou grupos musicais do Programa. Este princípio enfatiza que motivações extrínsecas são importantes na busca de objetivos maiores e na aspiração por excelência. [...]”

Fonte: adaptado do portal NEOJIBA (2021).

Os cinco princípios fundamentais que alicerçam o NEOJIBA norteiam as ações da instituição para, destacadamente, o desenvolvimento e integração social, a realização de atividades em grupos, o aprimoramento e o fazer musical coletivo, o acolhimento de indivíduos sem a necessidade de qualificação prévia e a possibilidade de conectar-se a redes internas ou externas. Desta forma, abre-se um horizonte no contexto da formação musical, social e humana, permitindo ao participante sair do processo com importante cabedal de conhecimentos alicerçados em valores e princípios consolidados.

Apesar de o programa NEOJIBA ter o seu escopo justificado no sentido de ações para o desenvolvimento humano e social, há de se observar que, quando a metodologia utilizada está baseada no modelo venezuelano El Sistema, cujo repertório é, predominantemente, erudito, e isso destoa, nitidamente, das raízes culturais/musicais do povo baiano. Destacando, principalmente, que é uma sociedade com a predominante presença de indivíduos negros e com uma cultura musical de matriz africana muito presente. A partir de uma visão de estudos decoloniais podemos perceber aí uma contradição no projeto NEOJIBÁ, representando uma perpetuação do status quo da música de concerto Nascimento (2020) e da educação musical tradicional como política pública.

Assim sendo, trata-se de uma política pública que, conforme o seu vislumbre, alcança a integração social, entretanto, para o ponto mais frágil da sociedade baiana, que é a inclusão social, sua existência é inepta. Segundo Baker (2014) apud Nascimento (2019), o citado modelo oriundo da Venezuela é inadequado para ser utilizado internacionalmente, indicando que compreender a orquestra (estruturada para música clássica), como meio para o desenvolvimento social não é adequado. Não se pretende aqui julgar o mérito do projeto e nem estabelecer critérios de foi certo ou errado, o objetivo neste estudo é elaborar reflexões e críticas para imaginarmos métodos e modelos replicáveis a partir da experiência da NEOJIBA.

### 3.3 Influências da linguagem musical para o desenvolvimento humano e social, no contexto do programa NEOJIBA

O desenvolvimento humano é decorrente do processo educacional, uma vez que este possibilita a exteriorização das potencialidades individuais, destacando aquelas relacionadas com a capacidade criativa, muitas vezes, dependente de fatores exógenos. Ratifica-se a importância da criatividade, a partir do momento em que esta é compreendida como insumo fundamental para a construção cultural de uma sociedade e para o desenvolvimento humano.

Tudo o que existe na cultura humana foi longamente formado como transformatividade criadora. Uma repetição ao infinito do mesmo sempre outro. Uma abertura para a vivência dos incontáveis atos criadores humanos produzidos até então, e que se projetam em possibilidades incontáveis para o futuro. A descoberta e invenção do uso do fogo mostra o início de um desenvolvimento que nos alcança em nossa era do conhecimento e da informação. Sem o domínio do fogo, não poderia acontecer a ativação da inteligência criadora mais poderosa, que leva ao desenvolvimento humano, poético e tecnológico (Galeffi, 2014, p.21).

A partir de uma formação humanística, dentre as habilidades e competências desenvolvidas a partir do estudo de música, destacam-se, além das técnicas, a capacidade de trabalhar em grupo e o senso de respeito pelo outro. A música permite, enquanto linguagem, um alcance, consideravelmente, amplo, que transcende, quase que sempre, aos objetivos originais do seu uso. Ou seja, mesmo para o indivíduo que não tenha, necessariamente, o interesse ou se sinta vocacionado para a atividade profissional da música, as competências adquiridas são fundamentais para o construto de personalidades socialmente sólidas.

[...] contrariamente à opinião difundida, o desenvolvimento de aptidões gerais da mente permite melhor desenvolvimento das competências particulares ou especializadas. Quanto mais poderosa a inteligência geral, maior é sua faculdade de tratar de problemas especiais. A compreensão dos dados particulares também necessita da ativação

da inteligência geral, que opera e organiza a mobilização dos conhecimentos de conjunto em cada caso particular (Morin, 2002, p. 39).

O NEOJIBA tem como um dos seus princípios fundamentais, a integração social dos jovens participantes. Com 10.000 beneficiados, desde a sua criação, o programa vem logrando êxito. Nas Tabelas 1 e 2, estão destacados dados a respeito dos integrantes atuais, das apresentações realizadas e do público que prestigiou, desde a sua criação. Os resultados podem expressar a dimensão e o alcance das atividades que são, conforme os objetivos institucionais, revestidas de práticas voltadas para o desenvolvimento humano e social.

**Tabela 1 – Integrantes do programa NEOJIBA.**

Item	Quantidade
Integrantes diretos.	1.970
Integrantes indiretos.	4.500
Total	6.470

Fonte: Adaptado do portal NEOJIBA (2021).

A Tabela 1 permite compreender, que para além da sua capacidade de atuação direta, o programa alavanca os seus resultados com o apoio de atores externos à instituição, a exemplo do projeto Escolas Culturais, que significam oportunidade para os egressos da instituição. A parceira do NEOJIBA com o projeto Escolas Culturais foi responsável por oficinas ministradas, predominantemente, pelos egressos dos núcleos, com atividades que contemplaram, por exemplo, aulas de canto coral, violão, percussão e fanfarras filarmônicas, a partir da premissa “Aprende quem ensina”.

**Tabela 2 – Apresentações e público do programa NEOJIBA.**

Item	Quantidade
Apresentações desde a criação (aprox.).	1.745
Público, desde a criação.	856.351

Fonte: Adaptado do portal NEOJIBA (2021).

Na Tabela 2, constata-se que houve um número importante de apresentações prestigiadas, desde a criação do programa, por um público total bastante considerável, haja vista que o repertório predominante é composto da música erudita, ou seja, fundamentalmente europeia.

O resultado apresentado suscita um questionamento elementar, que se baseia no fato de a população baiana ser majoritariamente negra, onde se verifica, principalmente nas periferias, a prática de uma música nitidamente oriunda de matrizes africanas. Desta forma, além de não abranger, necessariamente, a população mais carente de ações públicas para um efetivo desenvolvimento social, baseado na inclusão social e em postura equânime, a estudada política pública carece, vislumbrando a alavancagem dos seus resultados de, pelo menos, a reavaliação do modelo praticado. Essa questão vai fundo nas contradições de qualquer política cultural no Brasil, com uma herança colonial, escravocrata, marcada por apagamentos e silenciamentos. Nessa visão um projeto como o NEOJIBÁ pode ser visto como uma manutenção dos valores coloniais, ainda que tenha alcançado sucesso e grande relevância social.

## 4 Conclusões

Esse estudo inicial busca trazer alguns elementos de reflexão sobre a presença e o sucesso do projeto NEOJIBÁ implementado pelo governo da Bahia em conjunto com diversas associações. Esse projeto se tornou um exemplo inspirador para os participantes e para os gestores e realizadores da cultura. Diversas questões atravessam a concepção e a implementação desse projeto, a dimensão da cultura local, da desigualdade social, os detalhes da metodologia de educação musical, além dos entraves burocráticos, políticos e de gestão.

Do ponto de vista da educação musical trouxe uma contribuição importante que foi a decisão de incorporar o acolhimento e a colaboração como elementos fundamentais do método. É amplamente conhecido o fato de que ambientes de orquestra com músicos profissionais são ambientes altamente competitivos, o que acarreta stress, desmotivação e frustração na rotina do grupo. Mesmo em orquestras juvenis ou amadoras esse comportamento competitivo se mostra reproduzido. No caso específico da NEOJIBÁ a proximidade do grupo com a rotina da Orquestra Sinfônica da Bahia (OSBA) poderia ser um elemento de tensão por conta da desigualdade entre um grupo profissional de alto nível com diversos músicos provenientes de outras regiões e países e um grupo de iniciantes. Entretanto o que transparece é um ambiente saudável de estudo, aprendizado, criatividade e dedicação a música. Nos interessa nesse estudo como se implementou essa cultura da música de concerto no centro da cidade marcada como o berço do samba, do axé e celeiro de grandes artistas da mpb.

Outro aspecto importante foi a implementação do projeto NEOJIBÁ a partir da dimensão das políticas públicas. É muito comum o argumento de que a música de concerto e seu ecossistema são expressões elitistas da arte e que isso poderia ser um motivo de não engajamento do público com o projeto. Mesmo en-

tre estudiosos da cultura esse pensamento é recorrente e por vezes limitador. Um dos principais problemas nesse ponto é um certo descompasso entre a produção de composições contemporâneas e a expectativa da atuação da orquestra e de qual repertório a orquestra deve executar em seus programas. A falta de obras de compositores baianos contemporâneos (com exceções) é complexo e envolve uma série de construções sociais e culturais sobre a formação dos compositores e sobre o papel social e público das orquestras. A formação dos estudantes de composição ainda guarda uma herança baseada no modernismo e nas vanguardas europeias. Por outro lado, os gestores de orquestra convivem com uma certa pressão para que a orquestra execute clássicos da música de concerto e dessa maneira o repertório demora muito a se renovar e representar o contexto local contemporâneo. Esse é um problema mais profundo do que pretende essa pesquisa, mas é uma questão que atravessa toda a construção social do papel da NEOJIBÁ.

Os próximos passos dessa pesquisa serão uma série de entrevistas com músicos, estudantes e gestores que estiveram envolvidos no projeto da NEOJIBÁ em diferentes épocas e situações. Nos interessa avaliar como se deu a continuidade do projeto e quais problemas e estratégias surgiram ao longo da trajetória.

## 5 Referências bibliográficas

Ministério da Cultura. (2011). Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações (2011-2014). Brasília, DF.

Brasil. (2018). Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços. (MDIC). APL. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/arranjos-produtivos-locais>. Acesso em: 29 junho 2019.

Carvalho, TG. (2020). Rede CPEDR como espaço multirreferencial de difusão do conhecimento. Orientadora: Leliana Santos de Sousa. 110 f. il. Tese (Doutorado em Difusão do Conhecimento) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Costa, SF. (2001). Método científico: os caminhos da investigação. São Paulo: Harbra.

Depiné, Á, Medeiros, D, Bonetti, G & Vanzin, T. (2018). Cidades criativas e o componente cultural no desenvolvimento urbano. In Depiné, Á; Teixeira, CS. (Org.). Habitats de inovação: conceito e prática. 1. ed. (1), São Paulo: Perse.

Galeffi, D. (2014). Criatividade como transformatividade humana própria e apropriada. In Galeffi, D; Macedo, RS; Barbosa, JG. Criação e devir em formação: mais-vida na educação. Salvador: EDUFBA.

Miklos, J. (2014). Cultura e desenvolvimento local – Ética e comunicação comunitária. 1. ed. São Paulo: Érica. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536522197/>. Acesso em 01 julho 2019.

Morin, E. (2002). Os sete saberes necessários à educação do futuro. 5. ed. São Paulo: UNESCO.

Nascimento, MN. (2019). Música orquestral europeia como política pública para a educação musical na Bahia, 2009 – 2017. In XXIV Congresso da Associação Brasileira de Educação Musical. Salvador. UFBA.

Núcleos Estaduais de Orquestras Juvenis e Infantis da Bahia. (2021). Disponível em: <https://www.neojiba.org/>. Acesso em: 19 setembro 2021.

# Empreendedorismo de negros e mulheres no distrito criativo do pelourinho: tecnologia social com base na lei estadual 13.208 de 2014

## **JOSÉ CLÁUDIO ROCHA**

Universidade do Estado da Bahia (UNEB)  
Campus XIX Camaçari  
joseclaudiorochaadv@gmail.com

## **LUIZ CARLOS ROCHA**

Universidade do Estado da Bahia (UNEB)  
Campus II Alagoinhas  
Luizrocha.ba@terra.com.br

## **DENISE ABIGAIL BRITTO FREITAS ROCHA**

Universidade do Estado da Bahia (UNEB)  
Campus I Salvador  
dfrocha.uneb@gmail.com

## **HEITOR FERREIRA PINHO ROCHA**

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)  
Heitor.fpr@gmail.com

# Empreendedorismo de negros e mulheres no distrito criativo do pelourinho: tecnologia social com base na lei estadual 13.208 De 2014

## 1 Introdução

O relato de experiência é uma forma contemporânea de produzir, preservar e difundir conhecimento, uma oportunidade de refletir sobre práticas inovadoras, dando voz aos diversos atores e sujeitos de direito, convertendo conhecimento tácito (que está na experiência e vivência das pessoas), em conhecimento explícito, materializado em uma das diferentes formas de apresentação do trabalho científico (Nonaka, 2008).

O objeto deste trabalho é, portanto, relatar a experiência do Centro de Referência em Desenvolvimento e Humanidades da Universidade do Estado da Bahia (CRDH/UNEB), centro multiusuário e transdisciplinar de pesquisa, considerado estratégico para o desenvolvimento do estado da Bahia pela Resolução CONSU/UNEB 1.247/2016, com a incubação de Empreendimentos Econômicos Solidários e Criativos (EESC) com base na Lei Estadual 13.208 de 29 de dezembro de 2014 (Bahia, 2014). Esta lei institui a política estadual de fomento ao Em-

preendedorismo de Negros e Mulheres na Bahia (PENM), com a finalidade de criar condições para aumentar a inclusão social, a produtividade e o desenvolvimento sustentável de empreendimentos liderados por negros e mulheres, estado conhecido por concentrar a maior comunidade de negros e negras fora do Continente Africano.

Este trabalho justifica-se pela importância de promover o desenvolvimento humano econômico, social e cultural sustentável de nosso país, considerando questões históricas de raça, gênero e classe social da sociedade brasileira, assim como os direitos humanos previstos nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), promovendo não só a inclusão social, mas, também a inclusão produtiva, geração de trabalho, emprego e renda, de populações que foram historicamente vítimas de preconceito, exclusão e opressão social.

A metodologia empregada no trabalho é fruto de um processo de “bricolagem” onde métodos como a pesquisa-ação, pesquisa-colaborativa e a Abordagem Baseada em Direitos Humanos (Human Right Based Approach – HRBA) são combinados, visando atender o melhor possível comunidades da cidade do Salvador, Território Metropolitano e todo o interior do estado.

Considerando o ambiente jurídico institucional que vem sendo criado no Brasil para a economia criativa, empreendedorismo, ciência, Tecnologia e Inovação (CTI) a partir da Emenda constitucional nº 85 BRASIL (2015), Lei 13.243 de 2016 BRASIL (2016) e Decreto 9.283 de 2018 BRASIL (2018); o Plano Nacional de Economia Solidária Singer (2002) e os compromissos assumidos pela Bahia com a Década Internacional para Afrodescendentes e o desenvolvimento de tecnologias sociais Bahia (2020) o objetivo deste estudo é mostrar as iniciativas desenvolvidas pelo CRDH/UNEB para o fomento do empreendedorismo de negros e mulheres na Bahia, assim como a organização de um Distrito Criativo no Pelourinho, Centro Histórico e Antigo de Salvador, como uma política pública de Es-

tado, que reconhece na diversidade o âmago da criatividade do povo brasileiro, respeitando a pluralidade dos povos, diferença, ética da alteridade e convivência social, como marcos civilizatórios para o século XXI que atendem à demanda proposta na última Conferência Estadual de Ciência, Tecnologia e Inovação (CECTI), intitulada Bahia: Sociedade 5.0, organizada pela Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTI) e Conselho Estadual de Ciência, Tecnologia e Inovação (CONCECTI), com formar pessoas para a nova Sociedade do Conhecimento ou Sociedade 5.0.

## 2 O Centro de referência em desenvolvimento e humanidades da Universidade do Estado da Bahia

As discussões para a criação do Centro de Referência em Desenvolvimento e Humanidades da Universidade do Estado da Bahia (CRDH/UNEB), tiveram início no ano de 2006 quando da criação do primeiro grupo de pesquisa junto ao CNPq para monitoramento da política pública de Direitos Humanos (DDHH) e Educação em Direitos Humanos (EDH). Em 2010, o segundo grupo de pesquisa foi criado para o estudo das novas economias (economia solidária, criativa, colaborativa, circular, multimoedas, entre outras) e do desenvolvimento sustentável, junto aos trabalhadores criativos da cidade do Salvador, assim como, estudantes que integravam o Centro de Educação Profissional Artes e Design.

No ano de 2016, o CRDH/UNEB foi elevado a condição de Centro de Pesquisa pela UNEB, através da Resolução CONSU nº 1.247/2016, considerando seu caráter interdisciplinar e estratégico para o desenvolvimento científico e tecnológico do Estado, assim como, para o desenvolvimento econômico, social e

ambiental sustentável. O CRDH/UNEB foi reconhecido como um centro de pesquisa multiusuário, interdisciplinar e interinstitucional, com área de abrangência em todo o Estado da Bahia, principalmente, no Território Metropolitano de Salvador que compreende 13 município: Salvador, Camaçari, Lauro de Freitas, Candeias, Madre de Deus, Pojuca, Mata de São João, Vera Cruz, Simões Filho, São Francisco do Conde, São Sebastião do Passé e Dias Dávila. Sua sede fica na Ladeira do Carmo, 37, Santo Antonio, Pelourinho, onde estão instalados os seguintes laboratórios:

#### Quadro 1 – Laboratórios do CRDH/UNEB instalados no Distrito Criativo do Pelourinho.

Ord.	Descrição	Sigla
01	Incubadora Tecnológica de Economia Solidária e Criativa – Criativa S <sup>3</sup>	CriaAtiva S <sup>3</sup>
02	Observatório da Educação em Direitos Humanos	OBEDHUC
03	Portal Mbote de Educação em Direitos Humanos	MBOTE
04	Laboratório de Imagem, Memória e Documentação	LIMDO
05	Laboratório de Áudio e Sonorização	LASO
06	Laboratório de Artes Digitais	LAD
07	Brinquedoteca – Centrinho	Centrinho
08	Memorial da Pesquisa	Memorial
09	Laboratório Interdisciplinar de Formação de Educadores/Empreendedores	LIFE
10	HUB/CRDH	HUB

Fonte: Elaboração dos autores.

Nossa chegada no Pelourinho se deu dentro de uma política do Governo do Estado da Bahia de tornar o Centro Histórico e Antigo de Salvador num Distrito Criativo. Para tanto, o Governo do Estado pretende destinar cerca de 300 (trezentos) imóveis de sua propriedade na região para projetos de economia criativa, ciência, tecnologia e inovação. O CRDH/UNEB, assim como outros centros de pesquisa e Instituições de Ensino superior (IES) têm na região a missão de formar recursos humanos para esta “nova economia” que está em formação, tendo em vista que as políticas anteriores não deram certo. Nesta perspectiva, o novo passo que estamos dando é a implantação do Espaço Colaborar, um laboratório com estações de trabalho, internet de alta velocidade, espaço para vídeo conferências, laboratório de games, como toda a infraestrutura para se tornar um dos principais ambiente de inovação na cidade do Salvador.

Em convênio com a UNEB, a SECTI está instalando o Espaço Colaborar na sede do CRDH/UNEB, que terá o papel de dinamizar esse espaço público, promovendo capacitações e atividades voltadas para o empreendedorismo, popularização da ciência, tecnologia e inovação, incubação de empreendimentos econômicos e aceleração de negócios. Existe uma comissão interinstitucional discutindo a política deste novo laboratório, mas, tudo indica, que este equipamento público funcionará como uma extensão do Parque Tecnológico do Governo do Estado da Bahia. O espaço colaborar será o 11º laboratório a ser incorporado no centro de pesquisa, que ainda pretende instalar mais três laboratórios de pesquisa.

O objetivo é colocar à disposição das comunidades intelectuais e de prática uma infraestrutura tecnológica, um ambiente de inovação para livre circulação de ideias, pessoas, processos e tecnologias sociais. Aliás, as tecnologias sociais são, em verdade, o DNA do projeto do CRDH/UNEB que, poderá, em breve, ser o primeiro Instituto de Tecnologia Social da Bahia, reunindo atores da univer-

cidade – setor público – e setor produtivo (empresas e organizações da sociedade civil). Deste modo, a proposta é atender ao Plano Plurianual do Governo do Estado da Bahia, no que diz respeito a geração de tecnologias sociais.

É importante destacar que o CRDH/UNEB mantêm um portfólio com mais de 20 (vinte) atividades de capacitação voltadas para toda a sociedade, que envolve cursos em Educação em Direitos Humanos, até a difusão dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030, uma grande preocupação do CRDH/UNEB nos últimos anos. O Quadro 2 apresenta os principais eventos realizados pelo CRDH/UNEB a cada ano. Vale dizer que, durante o período do isolamento social estas atividades estão sendo realizadas no sistema remoto. A partir do dia 01 de outubro o centro passou a funcionar no sistema híbrido.

Ao nosso olhar, o que também comprovamos com pesquisas, ainda é preciso investir muito na capacitação da comunidade local para que esta faça parte do desenvolvimento proposto e saiba como se integrar no processo de construção do Distrito Criativo do Pelourinho.

## Quadro 2 – Portfólio de projetos do CRDH/UNEB para toda a Bahia.

Ord.	Descrição	Sigla
01	Feira de Economia Criativa e Cidadania	FECC
02	Semana Nacional de Ciência e Tecnologia	SNCT
03	Seminário de Metodologias Participativas e Extensão em Comunidade	SEMPEC
04	Seminário Espirais do Conhecimento	EPICO
05	Encontro Epistemológico e Metodológico de Pesquisa em Educação	EPISTEME
06	Cineclube 10 de dezembro	Cineclube
07	Webrádio Vinil	Rádio Vinil
08	Human Right Day e Objetivos do Desenvolvimento Sustentável	DH/ODS
09	Curso de Educação em Direitos Humanos: Construindo Redes de Educação Cidadã	EDH
10	Bahia Sociedade 5.0: Como formar pessoas para o século XXI	BAHIA 5.0
11	Atelier de pesquisa	Atelier
12	Reuniões do Centro de Pesquisa	Reuniões
13	Update Breakfast	Update
14	Fórum de Empreendedorismo de Negros e Mulheres	FENM
15	Mostra Junina	Mostra
16	Novembro Negro	NN
17	Exposições Científicas	Expo CRDH
18	Aulas de mestrado	Aulas
19	Aulas de doutorado	Aulas
20	Oficinas profissionalizantes	Oficinas

Fonte: Elaboração dos autores.

### 3 O empreendedorismo de negros e mulheres com base na lei estadual 13.208 De 2014 que institui a política estadual de fomento a estes segmentos

O estado da Bahia por ser um estado da Federação de maioria negra, dispõe de um sistema estadual de reparação que contempla a questão do empreendedorismo de negros e mulheres no estado. Esta legislação foi vista por nosso projeto, como o recorte necessário para a execução do processo, já que a lei trazia definições importantes para o nosso trabalho.

Em seu artigo 1º a Lei estabelece que: Art. 1º “Fica instituída a Política Estadual de Fomento ao Empreendedorismo de Negros e Mulheres – PENM, com a finalidade de criar condições para aumentar a inclusão, a produtividade e o desenvolvimento sustentável de empreendimentos liderados por negros e mulheres no mercado” (Bahia, 2014).

O artigo 2º, por sua vez, traz definições importantes para o trabalho, que são:

I – Negro: pessoas que se autodeclararam pretas e pardas, conforme o quesito cor ou raça, utilizado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou que adotam autodefinição análoga;

II – Empreendedor: agente social, formal ou não, pessoa física ou jurídica, individual ou coletiva, que assume riscos para criar ou refazer produtos e processos, explorar novos mercados e reestruturar organizações de forma inovadora;

III – Empreendedorismo de negros e mulheres: ação criativa e inovadora de construção da autonomia econômica e financeira, de geração de renda, a partir do trabalho em empreendimento econômico, considerando a riqueza cultural e a formação profissional de negros e mulheres;

IV – Empoderamento econômico: autonomia e capacidade de contribuição com o desenvolvimento econômico da sociedade, por intermédio do trabalho produtivo e conseqüente melhoria da qualidade de vida;

V – Sexismo: postura que desqualifica a mulher, hierarquiza as relações de gênero e impõe a heteronormatividade;

VI – Economia solidária: conjunto de iniciativas que organizam a produção de bens e serviços, o acesso e a construção do conhecimento, a distribuição, o consumo e o crédito, em consonância com princípios e práticas de autogestão, democracia, solidariedade, cooperação, equidade, valorização do meio ambiente, valorização do trabalho humano, valorização do saber local e igualdade de gênero, geração, etnia e credo (BAHIA, 2014).

São objetivos estratégicos desta política, segundo o artigo 6º: fomentar e apoiar os projetos de pequeno, médio e grande porte de mulheres e negros empreendedores na Bahia; diminuir as barreiras à entrada, à ampliação e ao fortalecimento das iniciativas de mulheres e negros empreendedores baianos no mercado; apoiar as mulheres e os negros empreendedores já atuantes na Bahia para o desenvolvimento de seus negócios e aumento de sua competitividade; reforçar o empoderamento econômico como uma das alternativas de rompimento do ciclo de violência, vislumbrando um cenário de ampliação de autonomia das mulheres; ampliar as ações de formação e qualificação empresarial, em parceria com instituições governamentais e não-governamentais; facilitar as condições de acesso ao crédito para negros e mulheres empreendedores; viabilizar o acesso a bens de produção, equipamentos, mobiliário e outros meios necessários à operacionalização dos empreendimentos; potencializar a redução da diferença entre a remuneração média entre empreendedores homens e mulheres; potencializar o aumento da remuneração média dos negros e das mulheres empreendedores; potencializar adaptação da abordagem de apoio aos empreendedores,

da economia solidária, informais, individuais, micro e pequenos empresários para a inclusão das temáticas de gênero e raça, em todo o processo formativo e produtivo; incrementar o combate ao racismo e ao sexismo institucional (BAHIA, 2014).

O artigo 7º estabelece que Art. as ações estão estruturadas nos seguintes componentes: I – Apoio à gestão, comercialização e produção; Conscientização e empoderamento; fortalecimento institucional. O artigo 3º da Lei estabelece que serão contemplados negros e mulheres empreendedores que tenham o interesse em implantar ou expandir atividades e empreendimento socioprodutivos e que necessitem de apoio para desenvolver ou melhorar as condições de manutenção e ampliação de capacidade produtiva. São alvo desta Política negros e mulheres empreendedores, formais e informais, do Estado da Bahia, especialmente as pessoas em situação de violência e discriminação (BAHIA, 2014).

O trabalho com redes e coletivos de mulheres e negros tem sido reconhecido como um sucesso, além da criação do Fórum de Empreendedorismo de Negros e Mulheres (FENM), espaço para reuniões e apresentação dos progressos da rede, outras tecnologias sociais foram geradas como o Congresso de Turismo Étnico-Afro (CONTEA), que vai para a sua terceira edição, as rotas de turismo étnico afro, as Feiras de Economia Criativa e Cidadania (FECC), os laboratórios de pesquisa aplicada abertos à comunidade, o próprio Centro de Referência em Desenvolvimento e Humanidades, é reconhecido como tecnologia social pelo Ministério de Direitos Humanos (MDH), pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e, como boa prática no serviço público pelo Governo do Estado da Bahia.

O conceito de tecnologia utilizado pelo CRDH/UNEB é o que vem sendo trabalhado pelo Instituto Brasileiro de Tecnologia Social (ITS) como processos, produtos, serviços, metodologias, voltadas para a resolução de um problema social, econômico, cultural ou ambiental, de fácil aplicação, replicabilidade em ou-

tras realidades sociais, desenvolvidos em parceria com as comunidades e comprovado impacto social.

## 4. Procedimentos metodológicos

Em relação aos procedimentos metodológicos podemos afirmar que – como pesquisadores preocupados com a cidadania e dignidade da pessoa humana dos sujeitos pesquisados, como previsto no artigo 1º, Incisos II e III e parágrafo único da Constituição Federal de 1988 BRASIL (2020) – temos a participação das comunidades como um imperativo ético, isto é, os sujeitos pesquisados são tidos como coautores de todo o conhecimento gerado. Essa perspectiva vem se tornando, cada vez mais importante, na medida em que projetos de inovação que não tenham um público destinatário bem definido, têm mais chances de não dar certo.

Desta recorreremos a métodos participativos de pesquisa e extensão tecnológica em comunidade, como a pesquisa-ação, na linha defendida por (Ibiapina, 2008; Ibiapina & Bandeira, 2016; Thiollent, 2018). Seguimos também a linha das Abordagens Baseadas em Direitos Humanos ou Human Right Based Approaches – HRBA, metodologia sugerida pelas Nações Unidas pra projetos de desenvolvimento social como educação, saúde, assistência social e direitos humanos (Rocha, 2012). Nesta perspectiva, a inovação tem como eixo central o ser humano, buscar melhor a condição humana é o objetivo da inovação, especialmente, a inovação social e pública. Melhorar a condição humana, pode ser compreendido como melhorar a vida dos indivíduos, melhorar as relações entre as pessoas, melhorar a vida nas cidades e no campo e melhorar nossa relação com o meio ambiente e os direitos das futuras gerações.

A agenda internacional é também muito importante para todo o trabalho desenvolvido pelo CRDH/UNEB, que segue a agenda proposta por atores como as Nações Unidas, em relação à Declaração Universal dos Direitos Humanos BRASIL (2019) e os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Agenda 2030, a Década Internacional de Afrodescendentes, que segue até 2024, economia solidária e, mais recentemente, a economia de Clara e Francisco, propostas pelo Papa Francisco. Nas chamadas novas economias estão a respostas que o CRDH/UNEB procura no trabalho de formação e assessoria aos Empreendedores Econômicos Solidários Criativos (EESC) e a toda sociedade em geral.

Do ponto de vista teórico, buscamos apoio na filosofia da libertação Boff (2011, 2014) e Dussel (2012), na pedagogia do oprimido Freire (2001) e nas epistemologias do sul Santos (2014, 2019) na perspectiva do combate a todas as formas de discriminação, exclusão e opressão social.

## 5 Resultados e discussões

### **5.1. O CRDH como ambiente de inovação e espaço multirreferencial de aprendizagem**

Como resultados destacamos, primeiro, o reconhecimento do Centro de Referência em Desenvolvimento e Humanidades (CRDH), como um centro de pesquisa estratégico para o desenvolvimento do Estado da Bahia pela Resolução CONSU/UNEB e como Instituto de Tecnologia Social pela Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia. A implantação de uma plataforma com 10 (dez) laboratórios de pesquisa abertos a comunidade, com a instalação de um novo laboratório – Espaço Colaborar – com apoio da SECTI e do Ministério da

Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), como uma forma de impulsionar o ecossistema de inovação no Distrito Criativo do Pelourinho, Centro Histórico e Antigo de Salvador, Território Metropolitano e todo o Estado da Bahia.

## **5.2 Produção, preservação e difusão de conhecimento. Juntar pessoas para pensar os problemas do mundo**

Consideramos também como resultados o processo de capacitação tecnológica desenvolvido pelo CRDH/UNEB nas áreas de popularização do empreendedorismo, ciência, tecnologia e inovação para mais de 5.000 pessoas, através do seu portfólio de eventos, aulas de mestrados e doutorado, cursos, oficinas, workshops e Semana Nacionais de Ciência e Tecnologia realizadas. Vale destacar, a produção, preservação e difusão de conhecimento gerado a partir de todo o trabalho gerado, são dezenas de artigos científicos publicados, capítulos de livros, trabalhos de conclusão de mestrado e doutorado profissional. Fundamental é também a produção de conhecimento sobre os novos marcos legais em construção no Brasil, demonstrando o imbricamento entre os ecossistemas de tecnologia e inovação, educação, cultura, organizações sociais etc.

## **5.3 Geração de tecnologias sociais**

Produzir tecnologias sociais com e para as comunidades baianas, colocar a inteligência universitária a serviço da produção de soluções para as questões sociais que afligem nosso povo tem sido um grande resultado reconhecido pela comunidade e pelo Estado, tendo em vista o apoio recebido. São mais de 10 tecnologias sociais geradas nos últimos anos.

## 6 Conclusões

O Centro de Referência em Desenvolvimento e Humanidades da Universidade do Estado da Bahia (CRDH/UNEB) é fruto do amadurecimento de uma equipe de pesquisadores que – ao longo de quinze anos – passou por todas as fases de desenvolvimento, previstas no Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (SNCTI). Foi criado inicialmente como grupo de pesquisa em Gestão, Educação e Direitos Humanos (GEDH) em 2006, passou a condição de núcleo de pesquisa, com a criação do segundo grupo de pesquisa CriaAtivos, no ano de 2010, para estudo das questões relacionadas ao desenvolvimento sustentável e novas economias (economia criativa, solidária, colaborativa, circular, multimodais) entre outros.

Em 2010, com apoio do Ministério de Direitos Humanos (MDH), foi criado o Centro de Referência em Direitos Humanos (CRDH) para trabalhar com dois projetos: um balcão de direito e o Plano de Articulação da Rede de Promoção de Direitos da Pessoa Idosa (PLANTAR). Com o fim dos projetos com o MDH, chegaram os projetos do Observatório da Educação em Direitos Humanos (OBEDHUC), em parceria com a Capes, e a Incubadora Tecnológica de Economia Solidária e Criativa CriaAtiva S<sup>3</sup> (Social+Solidária+Sustentável), com apoio do CNPq. Em todos estes projetos existia uma cláusula de transição que previa o destino dos equipamentos adquiridos com os projetos, para a criação de um centro de pesquisa na universidade, atendendo a uma resolução específica do CONSU que estimula a criação de centros de pesquisa.

Em 2016 o CONSU/UNEB, além de criar o centro de pesquisa, encaminha a equipe de pesquisadores para uma política do Governo do Estado da Bahia, em destinar cerca de trezentos imóveis públicos a formação de um Distrito

Criativo no Pelourinho, Centro Histórico e Antigo de Salvador, com o objetivo de o CRDH/UNEB contribuir com a formação de pessoas para a economia criativa, ciência, tecnologia e inovação. Desde o início o trabalho se mostrou bastante profícuo, dando ao CRDH/UNEB uma condição de ambiente de inovação, responsável pelas demandas em três áreas: popularização da economia criativa, empreendedorismo, ciência, tecnologia e inovação e Objetivos do Desenvolvimento sustentável (ODS); incubação de empreendimentos econômicos e sociais solidários e criativos; e aceleração de novos negócios inovadores, permitindo assim a inclusão social e produtiva de diversos grupos que se encontram agora organizados com apoio da universidade.

As demandas relacionadas a popularização da CTI, economia criativa, empreendedorismo e os 17 ODS vem sendo atendida com a construção de um portfólio com mais de vinte eventos que são realizados anualmente. Essa atividade faz parte do processo de Ideação realizado pelo CRDH/UNEB, que visa a construção de uma cultura de empreendedorismo dos setores populares e inovação social e pública em toda a Bahia, em especial, no Território Metropolitano e Distrito Criativo do Pelourinho.

A incubação de empreendimentos vem se dando regularmente, vários empreendimentos já se graduaram, a exemplo da MNB Produções (produtora cultural), EMUNDE (turismo étnico afro), Refavela (social), Companhia cultural Espermacete (Cultura), entre outros. O tempo para graduação de um empreendimento é de dois anos, podendo ser ampliado até quatro anos. Mesmo graduado, esses empreendimentos continuam recebendo a assistência do centro de pesquisa, principalmente, em relação a legislação e os novos marcos legais que estão se formando. Vale dizer que os novos marcos legais que estão sendo criados no Brasil exigem uma nova formação dos recursos humanos.

Por todo o exposto, acreditamos que – apesar das dificuldades enfrentadas com a pandemia do coronavírus, a ideia de tratar o Pelourinho como um Distrito Criativo já saiu da dimensão do Governo do Estado para a sociedade civil organizada, que vê nessa possibilidade uma forma de organização e fortalecimento dos empreendimentos e geração de políticas públicas. Temos trabalhado com todas as perspectivas, em ter no Pelourinho um Distrito Criativo, um Sistema Local de Inovação Criativo (SLIC) ou mesmo um Arranjo Produtivo Local Criativo (APLC). A ideia é que nosso centro de pesquisa possa assessorar os empreendimentos populares, já que o empreendedorismo deve ser dos movimentos populares.

Consideramos que o trabalho de formação realizado, aliado ao trabalho de assessoria e incubação de empreendimentos, além do desenvolvimento de tecnologias sociais são indicadores dos resultados obtidos por esta iniciativa, reconhecida pelo governo do estado da Bahia e governo federal como uma boa prática de gestão da administração pública.

## 7 Referências bibliográficas

BAHIA. Lei 13.208. (2014). Política estadual de fomento ao empreendedorismo de negros e mulheres – PENM. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao>. Acesso em: 21 janeiro 2021.

BAHIA. (2020). Lei especial de revisão do PPA 2020–2023 – Lei Nº 14.289 de 07/01/2021. Seplan.ba.gov.br. Disponível em: <http://www.seplan.ba.gov.br>. Acesso em: 06 outubro 2021.

Boff, L. (2014). Saber Cuidar. Petrópolis: Vozes.

Boff, LEBC. (2011). Como fazer a teologia da libertação. São Paulo: Vozes.

BRASIL. Emenda constitucional nº 85. (2015). Presidência Da República – Casa Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/emendas/emc/emc85.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc85.htm)>. Acesso em: 06 junho 2021.

BRASIL. (2016). Lei 13.243. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. Presidência da República. Secretaria Geral. Subsecretaria de Assuntos Jurídicos, Brasília. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm)>. Acesso em: 30 novembro 2020.

BRASIL. (2018). Decreto Nº 9.283, de 7 de fevereiro. Presidência da República. Secretaria Geral. Subsecretaria de Assuntos Jurídicos. Disponível em: [www.planalto.gov.br/ccivil](http://www.planalto.gov.br/ccivil). Acesso. cesso em: 30 novembro 2020.

BRASIL. (2019). A Declaração Universal dos Direitos Humanos e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Avanços e Desafios. Brasília: Ministério dos Direitos Humanos.

BRASIL. (2020). Constituição Federal de 1988. Brasília: Presidência da República. Congresso Nacional.

Dussel, E. (2012). A ética da libertação. Petrópolis: Vozes.

Freire, P. (2001). Pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Ibiapina, IMLM. (2008). Pesquisa colaborativa: investigação, formação e produção de conhecimento. Brasília: Liber Livro.

Ibiapina, IMLM, & Bandeira, HMMEAFAM. (2016). Pesquisa Colaborativa: multirreferenciais e práticas convergentes. Teresina: Piauí.

Rocha, JC. (2012). Metodologia da pesquisa: uma introdução à abordagem baseada em Direitos. Curitiba: Appris.

Santos, BDS. (2019). O fim do império cognitivo: a afirmação das epistemologias do sul. São Paulo: Autêntica Editora.

Santos, BSEMMP. (2014). Epistemologias do Sul. São Paulo: Cortez.

Singer, P. (2002). Introdução à economia solidária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Thiollent, M. (2018). Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo: Cortez Editora.

## Agradecimentos

Agradecemos ao Centro de Referência em Desenvolvimento e Humanidades da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) por ser o lócus privilegiado desta pesquisa, apoiando com seus laboratórios, principalmente, a Incubadora Tecnológica de Economia Solidária e Criativa CriaAtiva S3 (Social+Solidária+Sustentável).

Agradecemos a Universidade do Estado da Bahia pela oportunidade da realização desta pesquisa e pelo apoio com recursos de seu orçamento. Agradecemos as redes e coletivos de entidades de mulheres e negros, especialmente, a comunidade do CRDH/Pelourinho e Território Metropolitano de Salvador (TMS).

Agradecemos pelo apoio institucional ao trabalho à Universidade do Estado da Bahia (UNEB); à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação da Bahia

(SECTI); à fundação de Amparo à Pesquisa no Estado da Bahia (FAPESB); ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ); a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior (CAPES) e ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI).

# Territórios criativos em formação: case Maceió/AL

**ALTAMIR WASHINGTON DE MORAES LIMA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)  
altamir.lima@iqb.ufal.br

**DANISSON LUIZ DOS SANTOS REIS**  
SEBRAE ALAGOAS  
danisson.sergipe@gmail.com

**DÉBORA CRISTINA DA SILVA LIMA**  
SEBRAE ALAGOAS  
debora.csl@gmail.com

**JAMILLA DE PAULA DOS SANTOS ALMEIDA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)  
jamilla.almeida@cedu.ufal.br

# Territórios criativos em formação: o case de Maceió/AL

## 1 Introdução

A discussão sobre a economia criativa ainda é considerada um fenômeno muito recente, sendo comumente vinculada à temática da economia do conhecimento (Serra & Fernandez, 2014; Budhi et al., 2020). A economia do conhecimento está baseada na inovação permanente e no uso da informação como principal input Unger (2019) e a economia criativa, ainda que esteja inserida no mesmo contexto, está voltada para a utilização do conhecimento e da criatividade como os principais insumos para a geração de valor por meio de bens e serviços (UNCTAD, 2013).

A preocupação com as atividades que estão atualmente elencadas como Economia Criativa começa a ganhar destaque a partir de um projeto do governo australiano, que já em 1994 anunciava o projeto Creative Nation, com o objetivo de estabelecer uma nova política cultural no país Department of Communications and the Arts of Australia (1994). Inseridos na dinâmica da economia

criativa (EC), encontram-se os territórios criativos, que são conceituados como:

“[...] o espaço ocupado por manifestações criativas materiais e simbólicas, que integra pessoas: residentes, comerciantes, produtores, consumidores ou frequentadores que se ligam ao lugar pelas relações sociais e afetivas estabelecidas no decorrer de suas trajetórias de vida” (Closs & Oliveira, 2017).

De acordo com Pecquer (2009) esses territórios surgem a partir da combinação de individualidades de cada região, provenientes do patrimônio histórico e cultural, aliadas às políticas públicas voltadas para o desenvolvimento.

Conforme, Closs e Oliveira (2017) os territórios criativos não possuem uma definição geográfica estática, por vezes englobam bairros, polos, regiões e cidades.

Para sustentar o desenvolvimento e fomentar a geração de negócios da economia criativa, alguns aspectos podem ser considerados para a construção de uma ambiência favorável ao surgimento de territórios criativos, como, por exemplo: a elaboração de políticas públicas que fortaleçam a importância da indústria criativa e cultural, e sua participação no desenvolvimento territorial Martins (2012); a realização de iniciativas e ações que incentivem o empreendedorismo e deem suporte para a construção de soluções inovadoras no contexto dos negócios que utilizam a criatividade para a geração de valor SEBRAE (2015); e ainda a existência de instrumentos que promovam a retenção dos talentos locais que atuam como vetores do desenvolvimento (British Council, 2018).

Nesse sentido, Maceió, capital do estado de Alagoas, cidade que conta com uma população estimada em mais de um milhão de habitantes para 2020, consoante com dados do IBGE, e que apresenta um PIB de mais de R\$ 21 bilhões. O município promulgou a Lei n.º 6.902 de 26 de junho de 2019, que promove a política de inovação na cidade, definindo em seu artigo 2.º, inciso IV: “Economia Criativa: é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual que gera va-

lor econômico. Abrange os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e cultura como insumos primários;”. Esta mesma lei visa a consolidação de Maceió como uma cidade humana, inteligente, sustentável e criativa (Lei n. 6.902, 2019).

Em contraponto, dados do Índice de Cidades Empreendedoras (ICE), estudo divulgado pela Endeavor e Enap em 2020, a capital aparece ocupando a posição de número 70 na perspectiva de inovação, tendo somente 1,59% das empresas classificadas como empreendimentos criativos e 1,60% como empresas de Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC).

No que diz respeito ao potencial cultural e criativo, a capital alagoana já foi eleita como a Capital Americana da Cultura, em 2002, por uma iniciativa não-governamental que tem o objetivo de projetar internacionalmente os territórios eleitos e aumentar o conhecimento sobre as diversidades regionais e os patrimônios culturais (CAC, 2002).

Mesmo que alguns dados apontem potencialidades para a institucionalização de um território criativo em Maceió, ainda existe escassez de estudos que avaliem em profundidade as ações já realizadas pelos diferentes atores do ecossistema local e levantem discussões sobre os pontos que são necessários para fomentar esse processo. Nesse sentido, este estudo buscou relatar as iniciativas e ações para o desenvolvimento do setor criativo em Maceió/AL, realizadas no período de janeiro de 2017 a junho de 2021, visando o embasamento para a formação de futuros territórios criativos.

## 2 Procedimentos metodológicos

A cidade de Maceió, que possui 08 regiões administrativas mapeadas e divididas por 51 bairros, é o universo escolhido para o presente estudo de caso

que pretende demonstrar um panorama de ações que buscam estabelecer a conexão orgânica de um território criativo em desenvolvimento. Tratando-se de uma pesquisa descritiva, assim “[...] não se propõe a soluções, apenas descreve os fenômenos tal como são vistos pelo pesquisador (...) a contribuição que se deseja dar é no sentido de promover análise rigorosa de seu objeto” (Mezzaroba & Monteiro, 2004, p.116).

Foi realizada a abordagem qualitativa por meio do método dedutivo, que de acordo com Diniz e Silva (2008, p.16) “[...] parte de teorias gerais que são aplicáveis ao conhecimento dos fenômenos particulares”, em que foram coletados dados no lapso temporal definido entre janeiro de 2017 a junho de 2021, através de documentos e revisão bibliográfica que deram suporte à investigação.

A partir da coleta dos dados, foram identificados três eixos estruturantes: políticas públicas, geração de negócios criativos e inovação, que conduziram a perspectiva do relato de experiência apresentada neste estudo. Foram considerados os diversos cenários políticos para serem analisados os recortes e impactos de escolhas seriadas ou individualizadas que pautam um entendimento em construção sobre o fazer criativo como demanda e perspectiva de desenvolvimento sustentável no município de Maceió.

## 3 Resultados e discussões

### 3.1 Políticas públicas

As políticas públicas são caminhos norteadores que buscam a construção do bem comum e da congregação da participação coletiva cidadã onde há o embate de ideias e interesses devendo almejar e praticar a articulação, integração e a equidade que orientarão decisões que causarão impactos e trans-

formação cotidiana em diferentes meios e medidas (Guilherme, 2018).

Abordar o contexto das políticas públicas na e para economia criativa é perceber e começar a trilhar a complexidade do Estado como formulador que através de seus humanos gestores precisa ouvir, considerar e tornar o eixo fundamental a sociedade que usufruirá das demandas apresentadas e será agente fiscalizador, dessa maneira reconhece-se saberes, práticas, vivências e experiências como potenciais para fomento.

A dimensão econômica da criatividade no Brasil, defende Leitão (2018) é tecida num emaranhado de sazonalidade e fragilidade de políticas públicas que se apresenta fundada muitas vezes na incompreensão de governantes e gestores acerca do papel da economia criativa, assim tornou-se comum as dificuldades dos entes públicos em formular, implantar, e monitorar, planejamentos e gestão eficazes e eficientes que pudessem fortalecer a criação, produção e distribuição de bens culturais e criativos.

O extinto Ministério da Cultura, sob a gestão de Ana de Hollanda, criou a Secretaria da Economia Criativa em 2011, que atualmente é vinculada ao Ministério do Turismo. O Plano da Secretaria da Economia Criativa Ministério da Cultura (2011) tem como objetivo implementar e fomentar políticas públicas sobre os vetores macroeconômicos (desenvolvimento e monitoramento; territórios criativos; estudos e pesquisas; marcos legais) e microeconômicos (empreendedorismo, gestão e inovação; fomento a empreendimentos criativos; formação para competências criativas; redes e coletivos) com a perspectiva de impulsionar a diversidade cultural, a inclusão social, a inovação e a sustentabilidade.

No centro de uma macropolítica de desenvolvimento estava a Secretaria de Economia Criativa que deveria ser de modo desafiador um Hub de articulação continental com grandes desafios alterando por completo o próprio direcionamento do Ministério da Cultura até aquele momento, porém, essa pers-

pectiva acabou avançando com o passar da década de forma tímida devido às dinâmicas dos jogos de poder político, à burocracia como chave de ineficiência e às restrições orçamentárias (Marchi, 2014)

No âmbito do município de Maceió, em 18 de setembro de 2015 foi promulgado o Plano Municipal de Cultura, Lei n.º 6.474 que foi fruto de um processo democrático, participativo e colaborativo advindo da III Conferência Municipal de Cultura, propondo de forma inovadora 27 metas em 04 eixos: O Sistema Nacional de Cultura e Institucionalidade; Produção Simbólica e Diversidade Cultural; Cidadania e Direitos Culturais; e Cultura e Desenvolvimento, para serem orientadores e cumpridos em dez anos. Vale ressaltar o vaticínio do que está posto na Meta 25:

Formulação de política integrada de fomento e apoio aos empreendimentos culturais articuladas a programas de desenvolvimento comunitário, contemplando a economia criativa, economia solidária e turismo sustentável de base comunitária. Objetivo: Promover o desenvolvimento local e fortalecer as iniciativas e grupos que fazem à (sic) economia da cultura incentivando a capacidade empreendedora, a expressão das identidades culturais locais, a criatividade e a autogestão (grifos nossos).

A Fundação Municipal de Ação Cultural (FMAC), órgão responsável pela Cultura no âmbito do Executivo municipal, no período de 2018 a 2021, conforme a aba “Observatório de Editais” disponível em seu site, lançou 26 editais com uma estimativa de transferência de recursos aproximada de R\$ 11.820.245,01, abrangendo as oito regiões administrativas. Os segmentos culturais e criativos predominantemente contemplados foram música, audiovisual e cultura popular.

Em sua maioria os editais tiveram como foco apenas a produção e a circulação de bens culturais e criativos, como por exemplo o Edital de Figurinos, voltado para a renovação de vestuário dos grupos culturais, e o Natal dos Folguedos, voltado para as manifestações culturais durante o período natalino, ambos lançados em 2019 (Prefeitura Municipal de Maceió, 2021).

Neste sentido, pode-se observar que existe um contraponto entre as duas políticas públicas municipais aqui citadas. Enquanto a Lei Municipal de Inovação, que possui 60 artigos, define Economia Criativa e menciona o termo oito vezes, não aproxima os empreendimentos criativos e culturais dos mecanismos de fomento à inovação, dialogando apenas sobre a propriedade industrial e não versando sobre o direito autoral; o Plano Municipal de Cultura aborda os direitos culturais e chega a citar a inovação através de um “Bureau Criativo”, entretanto, não há informações sobre a sua implantação. Desta forma, ambas as políticas deixam lacunas em relação ao que se espera para a estruturação da propriedade intelectual para um território criativo.

### **3.2 Geração e fortalecimento de negócios criativos**

No que se refere ao empreendedorismo, o SEBRAE é uma das principais instituições que atuam com este enfoque em Alagoas e que desenvolveu uma série de iniciativas que contribuíram com o desenvolvimento de negócios da economia criativa nos últimos anos. Dentre as iniciativas e programas, foram realizados os projetos “Redes Criativas em Alagoas” (2017–2018), “Economia Criativa em Territórios Vulneráveis” (2018–2019) e “Regional Nordeste da Cadeia de Valor da Economia Criativa” (2019–2021).

#### **3.2.1 Redes Criativas de Alagoas**

O projeto Redes Criativas em Alagoas teve sua vigência o período de 2017 a 2018 com o objetivo de “promover o desenvolvimento do setor criativo, com o fortalecimento da cadeia de valor do segmento, para a ampliação da geração de negócios” SEBRAE (2021a). Com este enfoque, as ações foram direcio-

nadas ao empreendedorismo, gestão e acesso a mercados de diferentes setores criativos, em formação de redes de negócios.

Para tanto, o projeto promoveu a geração de um ecossistema, através de encontros mensais onde diferentes segmentos da economia criativa reuniam-se para tratar de temas relacionados à gestão de negócios e com foco no fomento e atuação na cadeia de valor (SEBRAE, 2017).

A dinâmica dos encontros trouxe alguns resultados, a exemplo da realização do Festival Alagoas Criativa em 2018, cujo propósito foi “ampliar o conhecimento sobre economia criativa e estimular o potencial criativo para a geração de renda” Alagoas 24 horas (2018). O evento foi realizado por uma rede de empresários e contou com: um espaço de diálogos que 70% dos painelistas eram alagoanos; um Urban Hacking, com a ocupação de uma praça no bairro histórico do Jaraguá, onde foi realizada uma feira colaborativa, um espaço de gastronomia, artesanato e apresentações artísticas; e um desfile que contou com 15 marcas de moda e acessórios alagoanas (Sebrae, 2019a). Em 2020, manteve-se a realização do Festival, que continuou com o protagonismo alagoano, por meio de painelistas e artistas, porém, no formato online devido à pandemia da COVID-19 (SEBRAE, 2021b).

No tocante à geração de negócios, foram realizados encontros empresariais entre os empreendimentos criativos e os setores tradicionais, além de uma missão técnica ao estado de Pernambuco, para conhecer equipamentos e iniciativas de desenvolvimento de negócios criativos, no intuito de trazer experiências e possibilitar repertório para inovação (SEBRAE, 2019a).

### **3.2.2 Economia criativa em territórios vulneráveis**

Fruto de um convênio realizado entre o SEBRAE Nacional e o Conselho

Britânico, o projeto teve como objetivo apoiar o desenvolvimento de negócios culturais e criativos, formando redes, além de capacitar gestores e consultores do SEBRAE em uma metodologia para o desenvolvimento de empreendedores criativos, promovendo o desenvolvimento social e reduzindo desigualdades (British Council, 2018). Executado em rede nos estados de Alagoas, Minas Gerais, Pernambuco e Rio de Janeiro, teve como uma das principais ações a capacitação de gestores e consultores na metodologia “Design Sprint Criativo”.

O resultado em Alagoas foi a capacitação de empreendedores da economia criativa em 12 cidades do estado, com a realização de 28 turmas da metodologia, totalizando 480 participantes. Além das capacitações, em 2018 foi realizada uma imersão criativa para a cidade de São Paulo, onde 10 empreendedores dos segmentos de moda, artes cênicas, cultura afro, arquitetura, audiovisual, artesanato e produção cultural participaram de uma semana de atividades e visitas técnicas, além de proporcionar a troca de experiências com empreendedores dos demais estados participantes. Esta imersão culminou na realização do “Dia Mundial da Criatividade” em Alagoas nos anos de 2018 e 2019, totalmente coordenado pelos empreendedores participantes do projeto, fortalecendo a discussão sobre a economia criativa em Alagoas (SEBRAE, 2020a).

### **3.2.3 Regional nordeste da cadeia de valor da economia criativa**

O Projeto Regional Nordeste da Cadeia de Valor da Economia Criativa foi uma iniciativa do Sebrae Nacional e UFs do Nordeste, tendo como objetivo desenvolver uma estratégia colaborativa da atuação do Sebrae para o setor na região, por meio de atividades que vão desde a qualificação da equipe técnica até o atendimento direto aos clientes (SEBRAE, 2018).

O projeto contou com a parceria do British Council através do repasse da metodologia DICE Fellowship (Developing Inclusive and Creative Economies), tendo como objetivo de “auxiliar empreendedores sociais e criativos a aprimorar o conhecimento e as qualificações para que possam sustentar seus negócios” (British Council, 2020). Foram capacitados gestores e consultores dos 09 estados do nordeste, onde a aplicação da metodologia chegou a mais de 500 empreendedores na região (British Council, 2020).

Em Alagoas, foram realizadas turmas no litoral e no sertão, totalizando 162 participantes, que dentre os relatos apontados, afirmaram que esta foi a metodologia que teve maior aderência ao perfil de empreendedores da economia criativa (SEBRAE, 2019b). Outra importante ação do projeto foi a realização de um mapeamento de negócios da economia criativa no Nordeste, que teve como intuito “compreender melhor o ecossistema de economia criativa no Nordeste para identificar desafios e oportunidades para fomentar o setor” (Impacta Nordeste, 2021).

Outra iniciativa foi o lançamento de um edital com o objetivo de “selecionar, divulgar e premiar conteúdos formativos de conhecimentos sobre economia criativa, a fim de que profissionais da área repassarem seus conhecimentos por meio de atividades online” (Sebrae, 2020b). Ao final da seleção foram contemplados os setores de games, audiovisual, propriedade intelectual, gestão cultural, artes visuais e fotografia, nos formatos de vídeo aulas e podcasts, disponibilizados no portal do Sebrae Alagoas (SEBRAE, 2021c).

A partir da experiência do projeto, o Sebrae Alagoas está apoiando o desenvolvimento de empreendimentos ligados à cadeia de valor do audiovisual e dos jogos eletrônicos. Para isso, em junho de 2021, foi realizado um evento kick off e desde então tem sido realizado um mapeamento do setor a fim de ser construído um plano de intervenção para o desenvolvimento do setor SEBRAE

(2021d), bem como a jornada de mercado audiovisual com foco na distribuição e coprodução de obras alagoanas (SEBRAE, 2021e)

### **3.3 Mapeamento do ecossistema de inovação de Maceió**

Ecossistema de inovação pode ser definido como uma espécie de engrenagem invisível formada pela união imaterial dos diversos atores de inovação existentes em um dado território, promovendo o desenvolvimento tecnológico, a inovação e o empreendedorismo que, por consequência, acarreta desenvolvimento regional (Gomes & Teixeira, 2018).

A fim de desenvolver esse conceito em Maceió, no período de abril a setembro de 2020, houve a aplicação da metodologia de atuação, gestão e monitoramento por níveis de maturidade dos ecossistemas de inovação em Maceió/AL, capitaneada pelo Sebrae Alagoas, a fim de reunir atores, gerar integração, estimular a inovação e proporcionar o desenvolvimento socioeconômico do território (SEBRAE, 2021f).

A economia criativa foi um dos cinco setores selecionados, tendo seu grau de maturidade classificado como inicial, com nota de 8,96 em uma escala de 30 pontos, com notas aferidas por vertente em: ambientes de inovação com 0,29; programas e ações com 2,00; ICTI (Instituições de Ciência, Tecnologia e Inovação) com 2,50; políticas públicas com 2,50; capital com 0,67; e governança com 1,0.

Após esta fase de caracterização, mapeamento e classificação da maturidade do ecossistema de inovação, foi desenvolvido um plano de intervenção coletivo com os atores institucionais mapeados para cada um dos setores priorizados. Estavam presentes representantes do Sistema S, dos ambientes de inovação, agentes de políticas públicas, pesquisadores universitários e empreendedores criativos.

Espera-se que ao fim dessa ação, o ecossistema de inovação setorial da economia criativa em Maceió esteja desenvolvido o suficiente para: promover o crescimento do número de empreendimentos criativos; aumentar a representatividade do setor nos números de empresas da cidade, bem como na sua participação do imposto gerado; gerar novos postos de trabalho, promovendo a retenção e atração de talentos para o município; fortalecer o branding do território; e desenvolver a existência de atores do ecossistema que apoiem a criação de empreendimentos criativos em todas as fases de um negócio (SEBRAE, 2019c).

### 3.4 Editais de inovação

Em 2019, foi lançado o edital de inovação direcionado para a Economia Criativa, número 013 de 2019, lançando pelo Sebrae e Fapeal, com objetivo de subsidiar economicamente o desenvolvimento de 15 projetos, com o valor global de R\$ 512.500,00, concebidos por empreendedores culturais/criativos formais que contribuam de forma relevante para o fortalecimento da Economia Criativa em Alagoas, por meio da oferta de bens e serviços inovadores, de caráter incremental ou radical, para atender às demandas de mercado locais, regionais, nacionais e/ou internacionais (Fapeal, 2019). Foram contemplados projetos das áreas de design, editorial, audiovisual, música, games e artes visuais.

O edital, que ainda está em andamento contemplou os mais variados projetos, tais como: uma plataforma musical para conexão entre músicos e público SEBRAE (2021g); um jogo eletrônico que tem o sertão como base da sua história SEBRAE (2020c); uma startup de jornalismo de dados focada na produção de conteúdo e de produtos inovadores para o cenário local e regional SEBRAE (2020d); um projeto que melhora a resposta cognitiva e coordenação motora do público 60+ por meio do uso de instrumentos musicais SEBRAE (2021h), dentre outros.

Este é um edital diferenciado, pois, geralmente o modelo de editais para a economia criativa são aqueles que apoiam eventos, sendo este uma ação inédita já que o foco dele é a promoção do empreendedorismo e inovação por meio do desenvolvimento de produtos e serviços. Lembrando que ainda as empresas estão sendo acompanhadas por meio de consultorias individuais e encontros coletivos SEBRAE (2020e). O lançamento do primeiro edital voltado para o fomento à inovação na economia criativa é um marco, porém, carece de uma série de ajustes e adequações ao contexto do público a que se destina, bem como agregar ações estruturantes de formação empreendedora e inovadora.

## 4 Conclusões

O estudo teve seu objetivo alcançado ao trazer relatos de iniciativas e políticas públicas de fomento ao ecossistema criativo no município de Maceió/AL, apresentando as diferentes formas de se tratar a temática. No que diz respeito ao aspecto de políticas públicas, há aparatos legais que já poderiam embasar ações de desenvolvimento da economia criativa enquanto setor estratégico no âmbito da inovação, entretanto, com lacunas em sua execução. Percebe-se ainda certo distanciamento entre o que o Plano Municipal de Cultura propõe ao que a Lei de Inovação conceitua, o que em termos práticos pouco contribui para a consolidação de um território criativo, fortalecido e fomentado pelo poder público.

No que concerne à gestão e fortalecimento de negócios criativos, há uma série de iniciativas interessantes e que vem contribuindo com o olhar sobre o negócio criativo para além de seus benefícios artísticos e de entretenimento, porém, com a maioria das atividades capitaneadas por uma única instituição e alguns parceiros. Para um território criativo, há a necessidade de convergência

de esforços de diferentes instâncias, além de uma governança ativa e consolidada, algo que não foi suficientemente identificado nas experiências relatadas.

Desta forma, pode-se perceber a existência de um território criativo pouco organizado, mas que possui potencial em suas diferentes atividades e expressões. A integração de políticas públicas e seu efetivo esforço em colocar a economia criativa como setor prioritário no âmbito do desenvolvimento econômico e social, além de proporcionar a junção de esforços para um ambiente favorável à inovação, podem ser caminhos viáveis à estruturação deste território. Por outro lado, cabe considerar a consolidação da governança, através de lideranças representativas, como algo crucial e que pode, por fim viabilizar ainda um diálogo mais direto com o poder público, setores empresariais e com a própria sociedade, posta como consumidores dos produtos criativos e culturais, o que pode viabilizar aumento e circulação de renda. Para estudos futuros, sugere-se maior aprofundamento nas políticas públicas existentes e como elas podem se cruzar para aumentar sua efetividade.

## 5 Referências bibliográficas

Alagoas 24 Horas. (2018). Festival promove economia criativa e empreendedorismo. Disponível em: <<https://www.alagoas24horas.com.br/1176874/festival-promove-economia-criativa-e-empreendedorismo/>>. Acessado em 04 de agosto de 2021, às 21:18.

British Council. (2018). A economia criativa brasileira – análise da situação e avaliação do programa de empreendedorismo social e criativo financiado pelo Newton Fund. Disponível em: <[https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brasil\\_economia\\_criativa\\_online2-fg.pdf](https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brasil_economia_criativa_online2-fg.pdf) >. Acessado em 07 de agosto de 2021, às 14:32.

British Council (2019). DICE Fellowship – Manual do Facilitador.

British Council. (2020). Dice Fellowship e o impacto nos negócios de empresas sociais e criativas no Nordeste. Disponível em: <<https://www.britishcouncil.org.br/atividades/artes/economia-criativa/historias/dice-fellowship>>. Acesso em 14 de agosto de 2021.

Budhi, M, Lestari, N, Suasih, N & Wijaya, P. (2020). Strategies and policies for developing SMEs based on creative economy. Management Science Letters, 10(10): 2301-2310. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.005> Acesso em: 08 de setembro de 2021.

Capital Americana de la Cultura. (2002). Maceió eleita capital americana da Cultura 2002. Disponível em: <http://www.cac-acc.org/present.php?lang=sp>. Acesso em: 11 de set. de 2021.

Closs, L, & Oliveira, SR. (2017). Economia criativa e territórios usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. Rio de Janeiro: Cadernos Ebape. Br, 15, (2): 349-363. <http://doi.org/10.1590/1679-395152437> Acesso em: 01 de setembro de 2021.

Department of Communications and the Arts of Australia. (1994). Creative nation: commonwealth cultural policy. Disponível em: <<http://pandora.nla.gov.au/pan/21336/20031011-0000/www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>> Acesso em: 08 de setembro de 2021, às 17:53.

Diniz, CR, & Silva, IB. (2008). Metodologia científica. Campina Grande; Natal: UEPB/UFRN – EDUEP.

Enap. (2020). Índice de Cidades Empreendedoras – ICE. Disponível em: < <https://endeavor.org.br/ambiente/ice-2020/>>, Acessado em 04 de fevereiro de 2021.

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas. (2019a). Fapeal anuncia R\$ 4 milhões em investimentos e seis editais de apoio à pesquisa. Disponível em: <<http://fapeal.br/2019/10/fapeal-anuncia-r4-milhoes-em-investimentos-e-seis-editais-de-apoio-a-pesquisa/>>. Acesso em: 16 de Fevereiro de 2021.

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas. (2019b). Edital Economia Criativa. Disponível em <[http://fapeal.br/wp-content/uploads/2019/12/Edital-Economia-Criativa\\_VERS%C3%83015\\_-19.12-RETIFICA%C3%87%C3%830-2-CRONOGRAMA.pdf](http://fapeal.br/wp-content/uploads/2019/12/Edital-Economia-Criativa_VERS%C3%83015_-19.12-RETIFICA%C3%87%C3%830-2-CRONOGRAMA.pdf)>. Acesso em 16 de fev. de 2021.

Guilherme, LL. (2018). Economia Criativa, desenvolvimento e Estado-rede: proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento.

Gomes, R; Teixeira, CS. (2018). As tipologias de habitats de inovação: uma análise da legislação vigente do Sul do Brasil sob luz do novo marco legal de ciência, tecnologia e inovação. R. Eletr. do Alto Vale do Itajaí – REAVI, 7(11): 01-09.

Impacta Nordeste. (2019) Economia Criativa. Disponível em: <<https://impactanordeste.com.br/economia-criativa/>>. Acesso em: 15 de agosto de 2021.

Impacta Nordeste. (2020). Infografia do Mapeamento Sebrae de Economia Criativa do Nordeste. Disponível em: <[https://impactanordeste.com.br/wp-content/uploads/2020/10/INFOGRAFIA\\_Mapeamento\\_Sebrae\\_FINAL-v2-1.pdf](https://impactanordeste.com.br/wp-content/uploads/2020/10/INFOGRAFIA_Mapeamento_Sebrae_FINAL-v2-1.pdf)>. Acesso em 15 de agosto de 2021, às 21:20.

Lei n. 6.474, de 18 de setembro de 2015. (2015). Estabelece as diretrizes e metas do plano municipal de cultura, a ser executado pela fundação municipal de cultura, e insere o município no sistema nacional de cultura. Disponível em: <<http://snc.cultura.gov.br/media/docs/plano/204/al-pmc-maceio.pdf>>, Acesso em: 12 de Setembro de 2021.

Lei n. 6.902, de 26 de junho de 2019. (2019). Institui a política municipal de ciência, tecnologia e inovação, dispõe sobre mecanismos para estímulo à inovação, à economia criativa, ao empreendedorismo, à pesquisa e qualificação científica e tecnológica, e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2019/07/pdf/2019/07/Lei-de-Inovac%CC%A7a%C-C%83o-de-Maceio%CC%81-n.-6.902\\_19.pdf](http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2019/07/pdf/2019/07/Lei-de-Inovac%CC%A7a%C-C%83o-de-Maceio%CC%81-n.-6.902_19.pdf) >. Acesso em: 17 de janeiro de 2021.

Leitão, CS. (2018). Políticas Públicas para a Indústria Criativa. In Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e Estratégias. (Org.) JF Guindani, JF & Guimarães e Silva, M. – Jaguarão, RS: CLAEC.

Marchi, LG. (2014). Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/interc/a/6KpyxCsZjRDtFM39FDP3L9P/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 02 agosto 2021.

Martins, C. (2012). As indústrias culturais e criativas, as políticas públicas e o crescimento econômico. Porto: Cadernos do Curso de Doutorado em Geografia, 1647(6506): 87-99. Disponível em: <<https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9943.pdf#page=88>> Acesso em: 01 de setembro de 2021.

Mezzaroba, O; Monteiro, CS. (2004). Manual da metodologia em Direito. São Paulo: Saraiva.

Ministério da Cultura (2011). Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. Brasília: Ministério da Cultura.

Prefeitura Municipal de Maceió (2021). Disponível em < <http://www.maceio.al.gov.br/fmac/observatorio-de-editais>>. Acesso em: 12 de setembro 2021.

Pecquer, B. (2009). A guinada territorial da economia global. Tradução de Anne-Sophie de Pontbriand Vieira e revisão técnica de Paulo Freire Vieira. Florianópolis: Política e Sociedade, 8(14): 79-105. <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2009v8n14p79>.

SEBRAE. (2015). Guia do Empreendedor Criativo. Disponível em: < [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/e1bb929711a641ae93eb6dbb5853db3d/\\$File/5442.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e1bb929711a641ae93eb6dbb5853db3d/$File/5442.pdf)>. Acesso em: 01 de setembro de 2021.

\_\_\_\_\_. (2019a). Relatório de Gestão e Monitoramento do Projeto Redes Criativas em Alagoas. Alagoas: SEBRAE.

\_\_\_\_\_. (2019b). Bootcamp DICE Fellowship fortalece empreendedores da economia criativa. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/bootcamp-dice-fellowship-fortalece-empreendedores-da-economia-criativa,79f8d1159cbfe610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 12 setembro 2021.

\_\_\_\_\_. (2019c). Metodologia de atuação, gestão e monitoramento por níveis de maturidade dos Ecossistemas de Inovação.

\_\_\_\_\_. (2020a). Relatório de gestão e monitoramento do projeto economia criativa em territórios vulneráveis. Alagoas.

\_\_\_\_\_. (2020b). Sebrae Alagoas lança edital para selecionar conteúdos sobre economia criativa. Disponível em: < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/sebrae-alagoas-lanca-edital-para-selecionar-conteudos-sobre-economia-criativa,f50c56b940172710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 12 setembro 2021.

..... (2020c). Jogo que tem o sertão como cenário é subsidiado com recursos do edital de Economia Criativa. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/jogo-que-tem-o-sertao-como-cenario-e-subsidiado-com-recursos-do-edital-de-economia-criativa,22b2c738398b-5710VgnVCM1000004c00210aRCRD> >. Acesso em 12 de agosto de 2021.

..... (2020d). Agência de jornalismo de dados foi uma das empresas selecionadas em edital de Economia Criativa. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/agencia-de-jornalismo-de-dados-foi-uma-das-empresas-selecionadas-em-edital-de-economia-criativa,331302a79a675710VgnVCM1000004c00210aRCRD> >. Acesso em 12 de agosto de 2021.

..... (2020e). Empresas selecionadas em edital de Economia Criativa participam de Encontro de Negócios. Disponível em: < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/empresas-selecionadas-em-edital-de-economia-criativa-participam-de-encontro-de-negocios,85b3c4cd5e135710VgnVCM1000004c00210aRCRD> >. Acesso em 12 de agosto de 2021.

..... (2021a). Relatório de gestão e monitoramento do Projeto Regional Nordeste da Cadeia de Valor da Economia Criativa. Alagoas: SEBRAE.

..... (2021b). Festival Alagoas Criativa se adapta à pandemia e realiza primeira edição online. Disponível em: < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/festival-alagoas-criativa-se-adapta-a-pandemia-e-realiza-primeira-edicao-online,b52eb000fef52710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 15 de agosto de 2021.

..... (2021c). A Economia Criativa e o Sebrae em Alagoas. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/sebrae-a-economia-criativa-e-o-sebrae-em-alagoas,85ad1173424e4710VgnV->

CM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 15 de agosto de 2021.

..... (2021d). Start Games Alagoas reúne principais nomes do mercado de jogos eletrônicos do País. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/start-games-alagoas-reune-principais-nomes-do-mercado-de-jogos-eletronicos-do-pais,164d46e-48ba3a710VgnVCM100000d701210aRCRD> >, Acesso em 12 de agosto de 2021.

..... (2021e). Jornada de Mercado Audiovisual vai aproximar produções alagoanas a grandes players nacionais. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/jornada-de-mercado-audiovisual-vai-aproximar-producoes-alagoanas-a-grandes-players-nacionais,bf5959a-55cf3a710VgnVCM100000d701210aRCRD> >. Acesso em 12 setembro 2021.

..... (2021f). Ecossistemas locais de inovação de inovação em alagoas. Disponível em < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/artigos/ecossistemas-locais-de-inovacao-em-alagoas,e31d008931e78710VgnVCM100000d701210aRCRD> >. Acesso em: 12 de agosto de 2021.

..... (2021g). Músico alagoano desenvolve app para singles e integração de profissionais do setor. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/musico-alagoano-desenvolve-app-para-singles-e-integracao-de-profissionais-do-setor,7c939ea0838d6710VgnVCM1000004c00210aRCRD> >. Acesso em 12 de agosto de 2021.

..... (2021h). Projeto selecionado no edital de Economia Criativa leva aulas de música para freiras em convento. Disponível em < <http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/projeto-selecionado-no-edital-de-economia-criativa-leva-aulas-de-musica-para-freiras-de-convento,41db69aa-c20da710VgnVCM100000d701210aRCRD> >. Acesso em 12 de agosto de 2021.

Serra, N., Fernandez, FS (2014). Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. Revista de Administração e Inovação, 11 (04): 355-372. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/110253/108816>>. Acesso em: 15 de agosto de 2021.

United Nations Conference on Trade and Development. (2013). Creative Economy Report.

Unger, R. (2019). The Knowledge Economy. Londres: Verso.

# A conectividade dos espaços livres através da Trama Verde- Azul na cidade de Aimorés - MG

**ARIANA ROCHA BELLO**

Arquiteta e Urbanista

[marirochabel@gmail.com](mailto:marirochabel@gmail.com)

**RENATA MATTOS SIMÕES**

Instituto Federal Do Espírito Santo (IFES)

[renatamattos@ifes.edu.br](mailto:renatamattos@ifes.edu.br)

# A conectividade dos espaços livres através da Trama Verde-Azul na cidade de Aimorés - MG

## 1 Introdução

Visto que aproximadamente 84% das pessoas vivem em áreas urbanas no Brasil Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2010) e que essa concentração nas cidades pode ocasionar diversos conflitos e problemas, o estudo do movimento urbano torna-se interessante tanto do ponto de vista acadêmico quanto governamental.

Sob o aspecto dos espaços livres de uso público Farr (2013) aponta que a falta de qualidade dos mesmos tem sido um fator de influência para induzir as pessoas a não frequentarem tais espaços e se manterem cada vez mais em ambientes fechados, ocasionando a perda da conexão com a natureza e a diminuição das relações sociais.

Em síntese, os impactos no âmbito social e ambiental são causados, principalmente por uma série de fatores como descaso e priorização de outras áreas que possuem retorno econômico imediato. Dentro do contexto da cidade,

a necessidade de interconexão entre os seres vivos e a natureza está atrelada à existência de elementos que garantam a continuidade e o acesso dos mesmos integrados aos processos urbanos, a fim de produzir uma cidade resiliente e interconectada.

As conexões podem ser alcançadas por meio da aplicação do conceito da Trama Verde-Azul (TVA), que consiste na integração entre os cursos d'água com as massas vegetais sobre o tecido urbano. A TVA pode mitigar os prejuízos causados pelas mudanças climáticas e pela insustentabilidade das cidades Araújo (2017). Ainda de acordo com a autora, a TVA pode ser considerada uma gestão integrada dos espaços naturais e tem o intuito de promover a biodiversidade e suas dinâmicas de troca e circulação das espécies, além disso, a trama tem como proposta a revitalização e criação de espaços verdes urbanos, estruturação de elementos culturais, a democratização e apropriação do espaço.

Sob o aspecto do planejamento urbano sustentável, considerar os problemas locais, proporcionando o alinhamento do meio urbano com o meio ambiente, independentemente do tamanho das cidades. No entanto, é possível que haja uma vantagem a favor das cidades pequenas, que podem apresentar maiores possibilidades de transformação do que as grandes, que já passaram por diversos processos de crescimento. Assim, diante das problemáticas apresentadas, e considerando que os espaços livres podem ser potenciais no que se refere à qualidade de vida, caminhabilidade e situação ambiental do meio urbano, a cidade de Aimorés-MG, situada na região leste do Rio Doce, em Minas Gerais, localizada na divisa com o Estado do Espírito Santo, foi escolhida como local de estudo.

Aimorés é uma cidade pouco adensada, onde existe disponibilidade de Espaços Livres e áreas de interesse ambiental. Entretanto, não apresenta qualquer planejamento que priorize suas conexões. Além disso, a escolha da cidade

permeia por fatores ambientais, históricos e sociais, tais como: as enchentes, o desmatamento, as alterações do clima e da biodiversidade, os efeitos negativos da construção da Usina Hidrelétrica no local, a demanda da população por áreas de lazer e esporte, segurança pública, praças, parques e jardins e a necessidade de cumprimento da Agenda 2030 Programa das nações unidas para o desenvolvimento PNUD (2015), a partir de metas de desenvolvimento urbano sustentável. Assim, esse trabalho tem como objetivo principal aplicar a TVA e, desse modo, potencializar os espaços livres de Aimorés-MG.

## 2 Procedimentos metodológicos

De modo a adquirir informações a respeito do tema, foi realizada uma pesquisa bibliográfica referente aos principais conceitos que norteiam o planejamento de espaços livres e também à contextualização histórica. A análise dos dados foi realizada com base na pesquisa do Plano Diretor Municipal de Aimorés (2011), Lei Orgânica de Aimorés (2015). Mostrou-se necessário retirar os arquivos com informações geográficas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, sendo que a imagem de satélite oferecida pelo programa ArcGIS 10.3.1 foi utilizada como base para a produção de mapas de localização geográfica no projeto de pesquisa, tendo como referência o Datum Sirgas 2000/UTM Zone 24S. Fez-se necessário estudar um caso concreto de como a Trama Verde-Azul foi aplicada, utilizando a Região Metropolitana de Belo-Horizonte como referência. Desse modo, a metodologia foi aplicada em três escalas diferentes: Escala Macro, Escala Meso e Escala Micro, onde os Espaços Livres foram analisados em diferentes níveis de detalhe a fim de obter diferentes perspectivas. Partindo de uma malha de vegetação extraída do território e da rede hidrográfica, conhecida como Tra-

ma Verde e Azul, os elementos do território são compatibilizados de modo a alcançar uma biofilia entre as propostas de intervenção e os elementos naturais da cidade de Aimorés. Através das diretrizes sugeridas, os resultados se consagram como propostas de uma rede de conectividade integrada à estrutura viária e ao tecido urbano, respeitando os cursos d'água e a vegetação presente.

## 2.1 Escala macro

A partir da análise dos fundamentos da Trama Verde e Azul, foi realizada a elaboração de mapas com informações sobre a rede hídrica, superfície verde e infraestrutura cinza da cidade de Aimorés-MG, a fim de delimitar um recorte para estudo. Visto que a TVA é indicada para gerar uma síntese de informações específicas sobre a cidade, o método de aplicação da TVA utilizado foi baseado nos parâmetros apontados por Martins (2015):

1. identificação e classificação da rede hídrica e das áreas verdes;
2. definição das áreas de proteção e conservação;
3. delimitação de áreas com produção agrícola;
4. localização de áreas de valor cultural, histórico, paisagístico, turístico e ambiental;
5. estabelecimento de possíveis conexões entre os espaços de interesse, no intuito de potencializá-los, promover mais acesso e utilização;
6. propostas relativas à programas educacionais, medidas de recuperação ambiental aliada à infraestrutura, com base no ecoturismo, na sustentabilidade e funcionalidade do sistema urbano;
7. delimitação da área a ser estudada.

## 2.2 Escala meso

A Escala Meso contempla a análise do recorte gerado, onde foi utilizada primeiramente a abordagem de Ahern (2007), identificando fragmentos, matrizes e corredores no território. A partir de um mapa de identificação do limite proposto para o território com informações mais detalhadas, foram identificadas as relações entre espaços livres existentes, através da classificação de Tardín (2008), de modo a propor medidas conforme cada necessidade (Acrescentar, Demarcar, Conectar, Adequar, Articular, Enlaçar). A partir disso, propõe-se avaliar o potencial de transformação dos espaços livres a partir do método de (Sanchez, 2011).

## 2.3 Escala micro

A escala micro apresenta a aplicação das melhorias a partir do diagnóstico realizado nas escalas macro e média. Objetiva apontar diretrizes de caminhabilidade e infraestrutura verde e utilizá-las como balizador de projeto e avaliar o potencial de transformação dos espaços livres a partir do método de Sanchez (2011). A partir da identificação de potencial dos espaços livres serão elaborados possíveis cenários para espaços livres selecionados de forma estratégica.

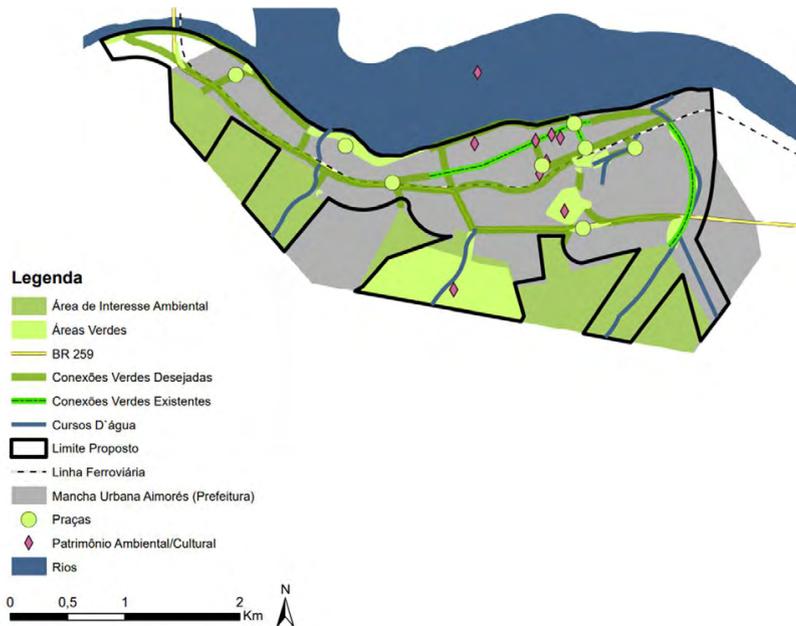
A aplicação dessa metodologia para o presente trabalho consiste em relacionar, classificar e sistematizar tais elementos utilizando a sobreposição de informações e, assim, promover conexões entre os espaços livres a partir de parâmetros como água e áreas verdes, respeitando os processos naturais e a sustentabilidade dos espaços livres e do projeto urbano na cidade de Aimorés, de modo a promover a continuidade dos processos ecológicos e a potencialização de espaços livres.

## 3 Resultados e discussões

### 3.1 Escala macro

A partir da mancha urbana de Aimorés disponibilizada pela Embrapa (2015) e do perímetro urbano definido pela prefeitura no mapa de macrozoneamento, juntamente com a análise feita na escala macro, foi construído um novo perímetro urbano, mais focado na centralidade da mancha urbana de Aimorés, que será utilizado no presente trabalho. Sendo assim, foram sobrepostas em formato de mapa as seguintes informações relacionadas na Figura 1.

Figura 1 – Mapas de sobreposição da Trama Verde-Azul.

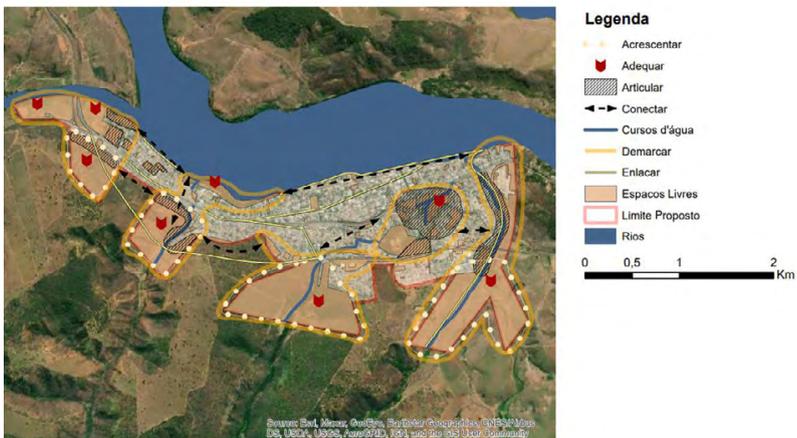


Fonte: Elaborado pela autora.

### 3.2 Escala meso

A Figura 2 representa um esquema de estratégias propostas para a sistematização de espaços livres. As ações indicadas para a adequação dos espaços livres foram pontuadas nos espaços significativos em área e que se encontram em situação de necessidade de transformação. As medidas de acréscimo foram realizadas nas margens dos Espaços Livres que, atualmente, encontram-se mais deslocados do contexto urbano. As demarcações foram representadas englobando Espaços Livres fragmentados, formando agrupamentos. Enquanto as ações referentes à articulação, foram realizadas nos espaços livres cuja situação com o contexto urbano pede a criação de oportunidades no local. As conexões foram realizadas do ponto de vista macro ligando uma concentração de Espaços Livres com outra, sendo que as ações de enlaçar propostas, foram realizadas a partir de vias e córregos já existentes e novos.

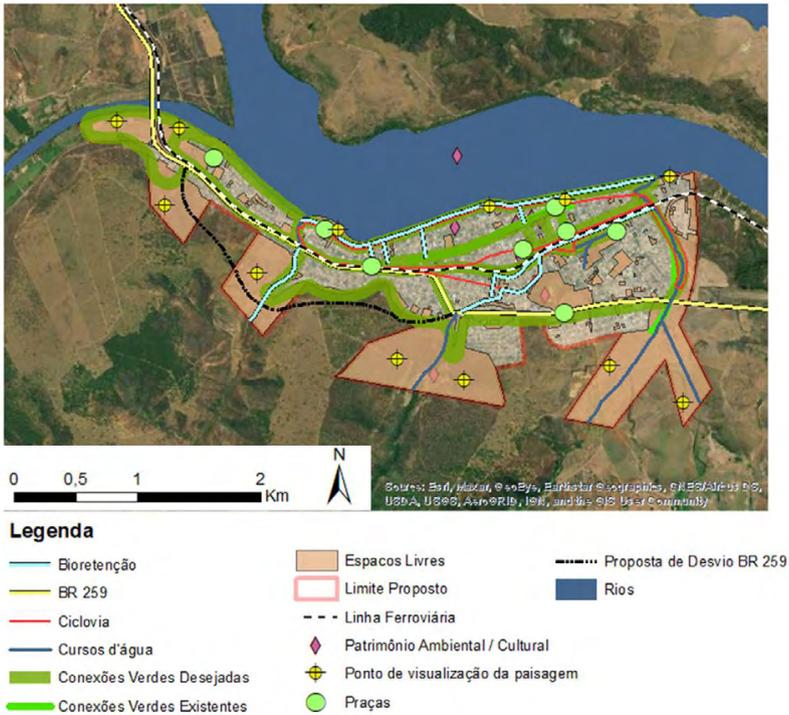
**Figura 2 – Estratégias de sistematização dos espaços livres em Aimorés.**



Fonte: Elaborado pela autora.

O mapa da Figura 3 sugere uma proposta de configuração e planejamento urbano com base na Trama Verde e Azul e em todas as classificações e sistematizações dos Espaços Livres previamente realizadas.

**Figura 3 – Mapa de Propostas.**



Fonte: Elaborado pela autora.

Para futuras pesquisas, sugere-se a investigação mapeada da classificação dos diferentes tipos de Espaços Livres que foram destacados de forma geral: Espaços Livres Públicos e Espaços Livres Privados e Espaços Ociosos. Para tanto, este trabalho se atém aos Espaços Livres Públicos e Ociosos identificados dentro do circuito de conexão proposto, a fim de realizar propostas de intervenção, tendo como diretriz para os Espaços Livres Privados medidas de incentivo fiscal da administração pública para plantio de vegetação nativa, área permeável e teto verde.

### 3.3 Escala micro

Com base em todas as pesquisas e análises realizadas até então, alguns Espaços Livres foram estrategicamente selecionados para a elaboração de propostas de intervenção, localizados no circuito de conectividade proposto. Dessa forma, as propostas realizadas auxiliam no desenvolvimento de corredores e fragmentos no território, contribuindo para maior conectividade na cidade de Aimorés.

Partindo da infraestrutura verde e da caminhabilidade como aplicação prática da Trama Verde-Azul, devem ser aplicadas medidas para ambiente urbano, com funções sociais, políticas, culturais, ambientais e econômicas. Para tanto, foi elaborado um quadro síntese (Quadro 1) elencando os principais aspectos a serem considerados na aplicação da Trama Verde-Azul, bem como a listagem dos autores que tratam de cada aspecto apresentado.

A Figura 4 apresenta destaque principalmente para os Cursos D'água, a vegetação e o anel cicloviário após a aplicação das propostas, produzindo uma rede de conectividade no território. Na mesma Figura foi realizada uma asso-

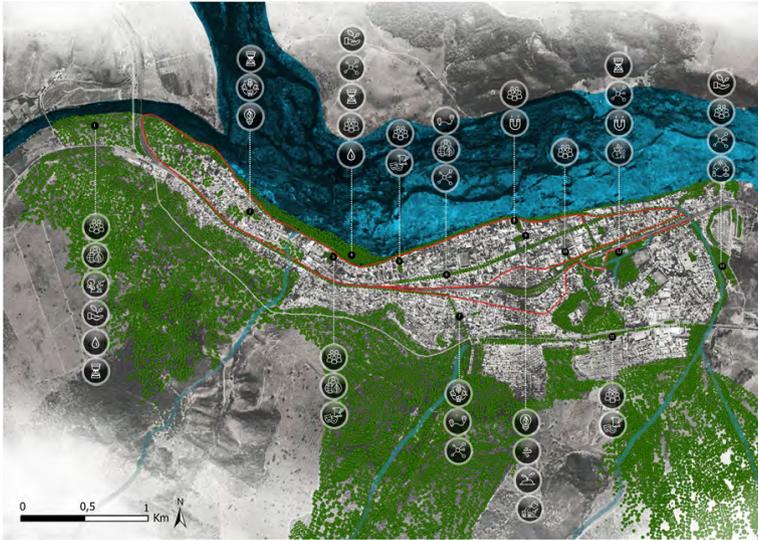
## Quadro 1 – Síntese de aspectos a serem considerados na aplicação da Trama Verde-Azul

	Agricultura Urbana	(URBAN GREEN BLUE GRIDS, 2020)
	Água	(URBAN GREEN BLUE GRIDS, 2020)
	Atração	(FERRAMENTA ÍNDICE DE CAMINHABILIDADE, 2018)
	Biodiversidade	(URBAN GREEN BLUE GRIDS, 2020)
	Biofilia	(FARR, 2013)
	Conexão	(TARDIN, 2008)
	Conforto Ambiental	(LAWSON ET AL., 2014)
	Educação Ambiental	(AHERN, 2007)
	Estratégias a Longo Prazo	(LIU, 2008)
	Integração Ambiental	(SANCHES, 2011)
	Integração Social	(SANCHES, 2011)
	Mobilidade	(FERRAMENTA ÍNDICE DE CAMINHABILIDADE, 2018)
	Preservação dos Recursos Naturais	(PELLEGRINO; MOURA, 2017)
	Qualidade do Ar	(URBAN GREEN BLUE GRIDS, 2020)
	Qualidade do Solo	(URBAN GREEN BLUE GRIDS, 2020)
	Valorização Econômica	(URBAN GREEN BLUE GRIDS, 2020)
	Valorização Histórico-Cultural	(AHERN, 2007)

Fonte: Elaborado pela autora.

ciação às diretrizes do Quadro 1, para cada local selecionado. A referência através da simbologia, representa uma medida a ser aplicada no local, em seguida foram descritas sugestões para Livre.

**Figura 4 – Mapa ilustrativo de aplicação das propostas.**



Fonte: Elaborado pela autora.

## 4 Conclusões

Os resultados e análises do presente trabalho, apresentaram oportunidades de potencialização dos Espaços Livres em Aimorés-MG, dentro de uma conectividade proposta. As soluções oferecidas buscam atender as demandas da cidade de Aimorés, tendo em vista a melhoria da qualidade de vida, convertendo espaços livres em locais atrativos, proporcionando conforto e saúde. Entretanto, faz-se necessário pontuar acerca da dificuldade de obtenção dos

dados a respeito da cidade, muitas vezes inexistente ou de difícil acesso. De todo modo, para a realização de uma análise mais completa, sugere-se a elaboração de mapeamento e a classificação de todos os espaços Livres entre Públicos e Privados, considerando o intralote.

A conectividade foi trabalhada de modo que as pontes verdes foram formadas em cima de vias e córregos, propondo pontos verdes permeáveis nesse trajeto, os espaços públicos que se localizavam nesse contexto, sendo cada um deles responsável por ser um elemento de recreação, conforto, socialização e agente transformador local através de cada partido pelos quais foram concebidos. Para pesquisas futuras sugere-se a elaboração de um Sistema de Espaços Livres considerado a cidade de Aimorés-MG juntamente com a cidade vizinha, Baixo Guandu-ES. A proposta se baseia na inter-relação entre Aimorés-MG e Baixo Guandu provocada pelo uso mútuo de serviços através da proximidade entre as cidades e o potencial de conexão das mesmas. As duas cidades de porte pequeno possuem grande potencial de transformação dos espaços, oferecendo particularidades culturais, ambientais e paisagísticas que favorecem também o turismo. O relato de Croce mostra um pouco dessa relação:

A visita na parte média da bacia teve início na divisa entre os estados do Espírito Santo e Minas Gerais, tendo como primeiro destino Aimorés. A mancha urbana do município é muito próxima de Baixo Guandu, faltando pouco para ser conurbada. Os municípios têm características de ocupação semelhantes, no que se refere às estruturas viárias inseridas em seus territórios: ambos abrigam trechos da BR-259 e da EFVM, que também subdivide a mancha urbana e dificulta o contato da população com o rio (Croce, 2020, p. 218).

Dentre os elementos intrínsecos do planejamento territorial, os espaços livres ganham destaque no presente trabalho, tendo em vista, a sua significância para o ambiente urbano e para sociedade. O sistema de Espaços Livres, neste caso, atua em função de construir uma rede de componentes estruturados

e interconectados, de modo a obter uma organização de elementos, tendo como partido inicial a Trama Verde e Azul. Assim, foi possível diagnosticar, avaliar o potencial de transformação de elementos existentes no tecido urbano e pontuar as intervenções e propostas, com objetivo de promover a continuidade e conexão de espaços livres. As Figuras 5 e 6 são imagens aéreas do antes e do depois, referentes ao Instituto Terra. O experimento de reflorestamento bem-sucedido, pode ser facilmente notado por meio das fotografias.

A Figura 7 e a Figura 8 respectivamente representam imagens são ide satélite referentes à Aimorés nas quais são mostradas situações discrepantes, a primeira a realidade atual onde não existe Projetos consistentes de Planejamento Ambiental Urbano, e a segunda com aplicação das propostas.

#### **Figura 5 – Fotografia aérea do Instituto Terra em 2001.**



Fonte: Arquivos Instituto Terra (2020).

**Figura 6 – Fotografia aérea do Instituto Terra em 2019.**



Fonte: Arquivos Instituto Terra (2020).

**Figura 7 – Imagem de satélite de Aimorés em 2021.**



Fonte: Arquivos Instituto Terra (2020).

Figura 8 – Ilustração de Aimorés 10 anos após aplicação do projeto.



Fonte: Arquivos Instituto Terra (2020).

Dentre tantas propostas e diretrizes sugeridas, a revegetação do território permite com que os cursos d'água tornem-se vívidos e por isso foram destacados na Figura 8. Além disso, a conectividade proposta permite sobretudo o fluxo social e ambiental, resgatando partes de natureza e humanidade, que uma vez já ocuparam o território urbanizado. A Figura 8 apresenta uma hipótese marcante a respeito da possibilidade de aplicação das diretrizes propostas pelo presente trabalho em aproximadamente 10 anos, com base em uma realidade já experimentada e comprovada, que é o Instituto Terra. A ilustração fictícia é um sonho, porém não pode ser considerado utópico, sabendo da concretização de um projeto parecido desenvolvido no mesmo local.

## 5 Referências bibliográficas

Ahern, J. (2007). Green infrastructure for cities: the spatial dimension. In: V Novotny, P Brown, (Org.). (2007). Cities of the future: Towards integrated sustainable water landscape mangement. Cap. 17, pp. 267-283. London: Iwa Publishing. Disponível em: <[https://people.umass.edu/jfa/pdf/Chapter17\\_Ahern2%20copy.pdf](https://people.umass.edu/jfa/pdf/Chapter17_Ahern2%20copy.pdf)>. Acesso em: 20 de ago. 2020.

Lei Orgânica Municipal nº 002/2015. (2015). Disponível em: <<https://www.cama-radeaimores.mg.gov.br/lei-organica-municipal/>>. Acesso em: 13 de agosto 2020.

Plano Diretor Municipal nº 2000. (2008). Disponível em: <<https://www.aimores.mg.gov.br/downloads/categoria/plano-diretor/10010>>. Acesso em: 13 de agosto 2020.

-----Plano Diretor Urbano. (1998).

Araújo, FO. (2017). Considerações sobre a trama verde e azul. (35 slides, color) Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.agenciarmbh.mg.gov.br/wp-content/uploads/2017/11/OFICINA-Trama-Verde-e-Azul-Fabiana-Araujo.pdf>>. Acesso em: 13 de agosto 2020.

Farr, D. (2013). Urbanismo sustentável: desenho urbano com a natureza. Porto Alegre: Bookman Editora.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). Censo demográfico. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=8>>. Acesso em: 13 de agosto 2020.

Martins, JRS. (2015). A introdução da Trama Verde-Azul na Região Metropolitana de São Paulo. Disponível em: <[http://www.pha.poli.usp.br/default.aspx?id=5&link\\_uc=disciplina](http://www.pha.poli.usp.br/default.aspx?id=5&link_uc=disciplina)>. Acesso em: 20 de abril 2020.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). (2015). Acompanhando a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável: subsídios iniciais do Sistema das Nações Unidas no Brasil sobre a identificação de indicadores nacionais referentes aos objetivos de desenvolvimento sustentável/Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Brasília: PNUD, p. 250. Disponível em: <[http://www.agenda2030.org.br/saiba\\_mais/publicações](http://www.agenda2030.org.br/saiba_mais/publicações)>. Acesso em: 3 março 2021.

Sanches, PM. (2011). De áreas degradadas a espaços vegetados: potencialidades de áreas vazias, abandonadas e subutilizadas como parte da infra-estrutura verde urbana. (Dissertação de Mestrado). Curso de Arquitetura e Urbanismo – USP, São Paulo. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16135/tde-05122011-100405/pt-br.php>>. Acesso em: 24 de abril 2020.

Tardin, R. (2008). Espaços livres: sistema e projeto territorial. Rio de Janeiro: 7 Letras.

# Processos criativos e inovação social: análise das práticas em empresas

**FERNANDA HACK**

FEEVALE

fernandahackrp@gmail.com

**CRISTIANO MAX PINHEIRO**

FEEVALE

crismaxpp@feevale.com

**Mary Sandra Guerra Ashton**

FEEVALE

marysga@feevale.br

# Processos criativos e inovação social: análise das práticas em empresas

## 1 Introdução

O tema dessa pesquisa gira em torno dos processos criativos e da inovação social. Ambos os conceitos que têm ganhado relevância junto com as mudanças na sociedade, nos hábitos de consumo e na exigência dos consumidores por empresas mais socialmente engajadas. Assunção (2019), comenta que as empresas têm mudado sua atuação empresarial, passando a contribuir para a formação de uma sociedade mais justa e solidária, em detrimento de ter apenas resultados financeiros.

Os processos criativos existem em todos os lugares, de forma mais ou menos organizados, e são derivados de atividades criativas e criadoras, aquelas que atribuem existência ao novo e não necessariamente resultam em algo material, além de contarem com a complexidade de integrar campos simbólicos ou não simbólicos da psicologia (Pinheiro & Silva, 2019).

Já a inovação social é um assunto que vem ganhando espaço nas discussões empresariais, e se apresenta como formas de inovação mais adaptadas às necessidades impostas pelo mercado atual. Assim, busca respostas para além das participações econômicas, pois cobra também a participação efetiva das empresas nas questões de impacto social, visto que, a inovação tradicional se mostra ineficiente nesses casos específicos (Phills et al., 2008).

Desse modo, ampliar as discussões sobre o tema dos processos criativos e da inovação social abrem caminho para o diálogo gerando mais conhecimento e subsídios para o avanço da ciência e para os atores envolvidos no processo, sejam eles os próprios consumidores, as empresas, os governos ou mesmo organizações do terceiro setor que buscam parcerias.

Assim, neste estudo partiu-se do seguinte questionamento: como os processos criativos se relacionam com as ações de inovação social implementadas nas três empresas de grande porte pesquisadas? O objetivo desta investigação é analisar as relações entre o processo criativo e as práticas de inovação social em três organizações, a partir de relatórios de sustentabilidade do ano de 2020. Para tanto, se utilizou de pesquisa exploratória descritiva de natureza básica e análise de cunho qualitativa. O estudo se deu por meio de revisão bibliográfica onde se buscou na teoria especializada a compreensão conceitual dos termos que envolvem os processos criativos e a inovação social nas organizações. Além disso, foram analisados relatórios de três empresas de grande porte na busca por conhecer as ações realizadas para posterior análise por meio do cruzamento de dados e informações coletadas finalizando com as conclusões. Este estudo está estruturado e apresentado em partes complementares como segue.

## 2 Procedimentos metodológicos

Neste tópico se explica sobre a metodologia adotada, bem como as etapas da pesquisa, procedimentos técnicos e instrumentos utilizados na composição desta investigação. Para Prodanov e Freitas (2013, p. 126), o conjunto de processos e operações mentais que devem ser empregados em pesquisas científicas compõem uma investigação, que segundo os autores “depende de um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos para que seus objetivos sejam atingidos.”

Assim, foi realizada uma pesquisa exploratória descritiva de natureza básica com análise de cunho qualitativa. A investigação se deu por meio de revisão bibliográfica para a compreensão dos termos de referência, tais como processos criativos e inovação social, pesquisa documental em documentos oficiais (relatórios) disponíveis no site institucional das três organizações em análise (Gil, 2002; Bardin, 2011; Prodanov & Freitas, 2013).

Essa pesquisa tem carácter exploratório, que segundo Gil (2002), tem o objetivo de trazer maior familiaridade com o problema, ou seja, torná-lo mais explícito. Segundo o autor, a pesquisa exploratória visa aprimorar ideias e descobertas antes derivadas da intuição. Gil (2022, p. 41) “Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado”. Gil (2002) afirma que as pesquisas exploratórias, na maioria dos casos, envolvem dois processos, a saber: levantamento bibliográfico e análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Para Marconi e Lakatos (2002, p. 25) a pesquisa bibliográfica “é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”. Assim, a sustentação teórica focou na compreensão conceitual so-

bre inovação social, processos criativos e criatividade em autores como (Kauffman & Beguette, 2007; Oliveira & Cândido, 2008; Hennessey & Amabile, 2009; Freire, 2014; Medeiros et al., 2017).

Para que fosse possível responder de forma prática o questionamento proposto utilizou-se neste estudo a pesquisa documental, definida por Bardin (2012, p. 51) como “uma operação ou um conjunto de operações visando representar o conteúdo de um documento sob uma forma diferente da original, a fim de facilitar, num estado ulterior, a sua consulta e referência”.

Foi realizada a análise qualitativa baseada nas informações contidas em sites, publicações e no relatório de sustentabilidade de 2020 das três organizações pesquisadas. Estas três organizações foram selecionadas pela facilidade de acesso e divulgação dos materiais necessários para se proceder a análise conforme previsto nesta pesquisa. Vale ressaltar que se buscou empresas em três setores diferentes da economia e que terão seus nomes e razão social omitidos, e para fins deste estudo serão denominadas de Empresa 1 – Indústria e Comércio de vestuário, Empresa 2 – Indústria de Celulose, e Empresa 3 – Instituição Financeira. Sendo que as mesmas são classificadas como empresas de grande porte por possuírem mais de mil funcionários. Todas têm uma de suas sedes na região metropolitana de Porto Alegre. A pesquisa utilizou dados publicados no relatório de sustentabilidade do ano de 2020, por isso, é necessário levar em conta o contexto da pandemia causada pela Covid-19 como um fator importante no contexto desta análise e conclusões.

## 3 Resultados e discussões

### 3.1 Processo criativo e inovação social

Neste tópico serão abordados os conceitos e argumentos teóricos acerca dos processos criativos e da inovação social, a fim de abrir o debate e embasar uma discussão sobre a relação entre os temas, numa visão holística e atribuindo direcionamentos para as análises também inseridas neste mesmo tópico.

#### 3.1.1 Tipos de criatividade e modelos criativos

A criatividade vem sendo objeto de estudo já há algum tempo, porém, é cada vez mais um ativo importante na configuração atual de empresas e instituições que, para se manterem competitivas precisam inovar; inovação, não raramente precedida por criatividade e pelos processos criativos, conforme afirma (Schumpeter, 1982).

Mas antes da busca pelo entendimento dos processos, faz-se necessário um entendimento sobre a criatividade, que segundo Ribeiro e Moraes (2014, p.91) apud Pacheco (2019), pode ser entendida como o “fenômeno humano de natureza complexa que se manifesta como emergência, a partir de processos autoeco-organizadores, resultando na transformação do sistema, na auto-transformação e na criação de uma nova ordem”. Ainda segundo os autores, a multidimensionalidade é o que concebe a criatividade, que pode ser associada aos valores humanos, aos processos de sentimentos e pensamentos de ideias e realizações, que podem ou não resultar em produtos dinâmicos vitais. Consoante, Simonton (2000, p.151), entende que a criatividade é essencial, é desejada e pode ser aplicada nas diferentes atividades do nosso cotidiano. Para o autor a

criatividade é vista como um bom atributo para as pessoas possuírem.

Howkins (2013) afirma que a criatividade é algo original, que pode surgir do nada, ou ainda como algo retrabalhado, melhorado. Ainda segundo o autor, são seis as principais características da criatividade: criatividade enquanto – elemento básico da vida; talento universal, divertimento, senso de competição, traço de personalidade; surpresa. Com base nesses conceitos, entende-se que a criatividade é um fator importante em diferentes aspectos da nossa vida e que, ela se forma a partir de diferentes elementos, é construída e melhorada, o que nos leva a busca pelo entendimento de como a criatividade é formada e quais são os processos criativos que ajudam a potencializá-la.

Hennessey e Amabile (2009) compreendem a criatividade sob a ótica de: criatividade de produtos, definida por elas como um estado passageiro e amplamente dependente da situação (em vez do que uma personalidade relativamente estável e duradoura. E criatividade de pessoas, que segundo as autoras pode ser duradoura e estável e pode ser ampliada, dependendo de alguns fatores ambientais aos quais os indivíduos estiverem expostos. As autoras consideram ainda que as pessoas podem ser criativas a partir da contribuição de fatores intrínsecos e extrínsecos, tendo como os principais fatores os: neurológicos; afetivos/cognição/treinamentos; indivíduos/ personalidades.

Em estudos realizados por Hennessey e Amabile (2009) são elencados alguns fatores de influência da criatividade em diferentes ambientes, neste artigo, vamos nos deter especificamente aos fatores que influenciam no ambiente de trabalho, que segundo as autoras, são principalmente: a pressão do tempo (que pode ser mais prejudicial que benéfica para o desenvolvimento de processos criativos), a segurança psicológica, a autonomia, o feedback e os objetivos claros, sendo os quatro últimos, fatores que tem capacidade de ampliar a criatividade nos processos.

Aprofundando um pouco mais cada um desses aspectos que terão importância para o entendimento das análises realizadas neste artigo, Hennessey e Amabile (2009, p. 583), afirmam que a pressão no trabalho, têm recebido grande importância de estudos recentes: “os estudos que procuram relações lineares simples geralmente não encontraram nenhuma relação ou relações negativas fracas, indicando que, em geral, a pressão do tempo pode ser prejudicial à criatividade no trabalho”. Ao se sentirem pressionados ou com tarefas múltiplas a serem realizadas, algumas pessoas passam a ser menos criativas, enquanto que se conseguirem focar em apenas uma tarefa, mesmo com o tempo correndo contra, as pessoas se tornam mais criativas, o que torna essa uma questão complexa e interessante de ser avaliada nesta composição de fatores que ampliam ou não os processos criativos nas empresas.

Sobre a segurança psicológica, Hennessey e Amabile (2009, p. 583) entendem que se as pessoas estiverem em grupos onde se sintam acolhidos ao falar sobre suas preocupações, estes se sentirão mais a vontade para relatar seus erros, propor novas ideias, o que tem impacto direto na criatividade organizacional. Entende-se que a tolerância ao erro em um ambiente que precisa ser criativo e consequentemente inovador, se mostra um fator importante e que deve ser considerado. Em relação a autonomia no trabalho, relacionada ao empoderamento dos colaboradores – pelo menos em certo grau –, as autoras entendem que este é um fator importante do ambiente de trabalho para o fomento da criatividade segundo Hennessey e Amabile (2009, p. 583), ao se sentirem proprietários (em certo grau) sobre o que realizam no seu dia a dia de trabalho, as pessoas se sentem mais propensas a criar, fazendo da autonomia um dos fatores mais importantes para a ampliação de um ambiente mais criativo.

Em relação ao feedback, “o monitoramento do trabalho e a avaliação do trabalho estão intimamente relacionados e podem ter efeitos bastante dife-

rentes sobre a criatividade, dependendo de como são realizados” Hennessey e Amabile (2009, p. 584). Por isso, na opinião das autoras, realizar processos de feedback que sejam constantes e no formato adequado, ajuda no desenvolvimento dos processos criativos.

Assim como, o estabelecimento de objetivos claros, criando expectativas de função, definindo metas ou tornando a atividade criativa um requisito de trabalho. Hennessey e Amabile (2009), ainda completam afirmando que as organizações precisam ter certeza de que o contexto também é favorável aos objetivos e requisitos estabelecidos pela empresa, isso gera confiança e atitude positiva por parte dos funcionários e gestores.

Kaufman e Beguetto (2007) definem um modelo conceitual preliminar para ajudar a enquadrar essas questões e articular mais claramente a natureza da criatividade. Diferente de outros autores, estes vão além e, no modelo proposto apresentam quatro tipos de criatividade, o Little-C e o Big -C (tradicionais) e adicionam o mini-C e o Proc-C.

Kaufman e Beguetto (2007) definem como Big-C a criatividade que agrega contribuições criativas eminentes e bem definidas, ou seja, os grandes gênios da criatividade se encaixariam aqui. Em relação a criatividade Little-C, os autores entendem como focada em ações do cotidiano, como aquelas ações criativas nas quais o não especialista pode participar todos os dias, para os autores, este tipo de criatividade ainda, muitas vezes, se foca em mostrar que todo mundo pode ser criativo.

Sobre os dois novos tipos propostos por Kaufman e Beguetto (2007) a criatividade mini-C vem para preencher o que os autores entendem como uma lacuna deixada entre o Big e o Little-C, se caracterizando como uma interpretação nova e pessoalmente significativa de experiências, ações e eventos, por exemplo, alunos em sala de aula, que ao aprender novos conceitos, internalizam

e sem seguida formulam ideias ou processos criativos. Esse tipo e ação não se encaixaria, segundo os autores nem como um ato de Big-C, mas também não pode ser entendido como um Little-C.

A última categoria proposta por Kaufman e Beguette (2007) é a Proc-C, categoria que poderemos explorar na nossa análise posterior, já que se refere aos esforços profissionais e está diretamente ligada ao nível de criatividade que as empresas podem levar seus funcionários a desenvolver. Para os autores, a pessoa que desenvolve experiência de nível profissional em qualquer área criativa provavelmente alcançou o status Pro-c, contudo, os autores salientam que só o fato de atuar na área criativa não é sinônimo de alcançar essa categoria de criatividade, por outro lado, profissionais das mais diversas áreas de atuação poderão alcançar esse nível, desde que tenham expressão criativa suficiente em seus ofícios diários.

Nesse sentido, chega-se a um ponto importante da discussão, onde fala-se sobre a criatividade como motor para a inovação nas empresas. Segundo Freire (2015), a introdução de inovações em ambiente organizacional é essencial e se tornou estratégica à medida que empresas de todos os tamanhos, formas e setores precisam se reinventar, precisam se tornar organizações inovadoras e capazes de mobilizar conhecimento, experiência e desempenho tecnológico para criar produtos, processos. Para o autor, uma inovação é a recombinação de ideias antigas, originando uma nova ideia, capaz de modificar a ordem atual, uma fórmula ou uma abordagem única, e que é percebida como nova pelos indivíduos envolvidos. Visão que revela a importância a respeito da percepção acerca da inovação por parte do indivíduo ou da organização.

No âmbito organizacional, as inovações assumem papel crucial para os indivíduos e para a sociedade como um todo, uma vez que indivíduos inovadores implementam novas ideias necessárias ao progresso das organizações, as quais precisam de indivíduos capacitados para desenvolver soluções inovadoras a seus desafios atuais e

serviços, diferenciando-se no mercado por sua performance competitiva e mercadológica (Freire, 2014, 240).

Nesse contexto, Martins e Terblanche (2003) apud Freire (2014) entendem que a cultura organizacional é um fator que pode ampliar ou inibir a criatividade e conseqüentemente bloquear ou ampliar a produção de inovações.

Concomitantemente, Oliveira e Cândido (2008) entendem que a empresa deve desenvolver atributos inovativos nas pessoas em todos os escalões. Além disso, segundo os autores, devem ser instituídas políticas de incentivos formais e informais para impulsionar a geração de inovações. Portanto, a empresa inovadora é algo que pode ser construído; nesse sentido, no Quadro 1, observa-se que os autores apresentam uma lista de práticas gerenciais que podem tornar as empresas mais inovadoras.

### Quadro 1 – Práticas gerenciais que promovem inovação.

<b>1. Inovação e Tecnologia</b>	Disponibilidades de recursos, obtenção de recursos e materiais, tecnologia da informação, investimento em pesquisa e desenvolvimento, departamento e laboratório de P&D, políticas de patenteamento, agentes inovadores de inovação.
<b>2. Ambiente Físico</b>	Ambiente de trabalho, presença de ruídos e barulho, espaço de trabalho.
<b>3. Comunicação</b>	Entendimento das comunicações, veículos de comunicação Interna, conhecimento sobre as metas, canais de comunicação, conhecimento sobre visão e missão, circulação da informação.

<b>4. Marketing e Estratégia</b>	<p>Relacionamento com clientes, mercados potenciais, a inovação como estratégia, interatividade com clientes e fornecedores, práticas comerciais, liderança de mercado, risco como oportunidade, comprometimento com a qualidade, excelência no atendimento, interação entre fábricas e laboratórios, satisfação das necessidades dos clientes, liderança em inovação, parceiras para a geração de inovação, alianças estratégicas, terceirização.</p>
<b>5. Estrutura Organizacional</b>	<p>Controle hierárquico centralizado, implementação de novas ideias, flexibilidade na rotina de trabalho, formação de Grupos multidisciplinares, melhoria contínua de processos, tecnologia de produção flexível, divisões pequenas e espaços abertos, manufatura just in time</p>
<b>6. Atuação em Equipe</b>	<p>Desenvolvimento do espírito de equipe, clima de confiança, clima para exposição de ideias, equipes de trabalho com autonomia, mecanismos de disseminação.</p>
<b>7. Meio Ambiente</b>	<p>Atendimento a legislação ambiental, incorporação de atributos ambientais, produtos ambientalmente seguros, reciclagem de materiais, conscientização ambiental, adequação às questões ambientais</p>
<b>8. Aprendizagem Organizacional</b>	<p>Mecanismo para troca de conhecimento, disseminação do conhecimento tácito, compartilhamento de novos conhecimentos.</p>
<b>9. Pessoas</b>	<p>Atuação gerencial para a participação, atuação gerencial voltada para mudança, valorização das participações individuais, aceitabilidade de sugestões, reconhecimento e incentivos formais e informais, atração e manutenção de talentos-chave, treinamento para gestão de mudança, treinamento e desenvolvimentos oferecidos, desenvolvimento de talentos para inovação.</p>

Fonte: Oliveira e Cândido (2008).

### 3.3.2 Inovação social: conceitos e tipos

O conceito de inovação social não se apresenta como um consenso entre os estudiosos, mas vem ganhando cada vez mais atenção, especialmente nas últimas décadas. Referenciado pela primeira vez na década de 1970 Medeiros et al. (2017) o termo ainda aparece com poucas pesquisas se comparado ao que os autores chamam de inovações tecnológicas, que tem muito mais atenção dos pesquisadores em geral.

Apresentada como uma alternativa viável tanto para resolver demandas sociais locais como desafios globais, a inovação social pode provocar mudanças sistemáticas, envolvendo desde atitudes e valores até estratégias, políticas, estruturas e processos organizacionais (Borges et al., 2019).

Segundo Correia et al. (2017, p. 200), a inovação social pode ser entendida como “um processo de transformação nos padrões de respostas às necessidades sociais profundas, através da ruptura de normas vigentes, com valores instituídos e com a estrutura da distribuição de poder e recursos”. Para os autores, inovações sociais se caracterizam ainda como soluções eficazes, eficientes e sustentáveis para um problema social, gerando valor e alcançando a sociedade de forma mais completa. O Quadro 2 que segue apresenta conceitos e definições sobre inovação social, conforme desenvolvido por especialistas e estudiosos dessa temática.

Nota-se que não há um consenso, porém alguns pontos são comuns nas definições apresentadas, por exemplo a afirmação de que a inovação social vem para solucionar problemas e resolver questões até então “sem respostas”. Conforme descrito por Howaldt et al. (2010, 2015) mais do que um processo ou uma ferramenta, como defendido por outros autores citados, a inovação social se define como um conjunto de estratégias. Entendendo, dessa forma, o conceito

## Quadro 2 – Definições de Inovação Social.

DEFINIÇÃO	AUTOR
Uma resposta nova, definida na ação e com efeito duradouro, para uma situação social considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades.	(Cloutier, 2003)
Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (empowerment) mediante a inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária.	(Mouleart et al., 2007)
Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovadoras e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidos e difundidos por meio de organizações cujos propósitos primários são sociais.	(Mulgan et al., 2007)
Uma solução nova para um problema social ainda mal resolvido e que é mais efetiva, eficiente e sustentável do que aquelas então existentes e por meio da qual o valor que é criado se reverte em benefícios para a sociedade como um todo, ao invés de se restringir a ganhos particulares.	(Phills et al., 2008)
Um conjunto de estratégias, conceitos, ideias e formas organizacionais com vistas a expandir e fortalecer o papel da sociedade civil em resposta a uma diversidade de necessidades sociais, de uma forma melhor do que as práticas existentes.	(Howaldt et al., 2010)

Um conjunto de estratégias, conceitos, ideias e formas organizacionais com vistas a expandir e fortalecer o papel da sociedade civil em resposta a uma diversidade de necessidades sociais (educação, cultura, saúde, entre outros), sendo entendida como uma construção de compromissos na busca de responder aos problemas coletivos, de forma a atender a demandas sociais de uma forma melhor do que as práticas existentes.	(Howaldt et al., 2015)
--	------------------------

Fonte: Adaptado de Medeiros et al. (2017, p. 966).

como algo amplo, não uma ação ou atividade isolada, mas como um conjunto de esforços em torno de problemas sociais pré existentes.

Observamos que, se por um lado faltam definições mais claras, por outro, a personalização das definições pelos diversos agentes culturais, intelectuais, nos contextos políticos, econômicos, no tempo e no espaço, se mostram consistentes e em crescimento constante Borges et al. (2019), ou seja, mesmo sem uma única terminologia ou conceituação completamente convencional, é fato que a inovação social vem acontecendo e beneficiando a sociedade por meio das ações dos diferentes agentes envolvidos no processo.

Para Bignetti (2011, p. 8) a literatura, aborda as inovações sociais realizadas por organizações como mudanças realizadas internamente e/ou direcionadas para o ambiente. “Quando realizadas no seio das organizações, as mudanças ocorrem no sentido de estabelecer uma nova divisão do trabalho, uma modificação nas estruturas de poder ou uma melhoria na qualidade de vida no trabalho”. Essa afirmação mostra que a implementação de processos que favoreçam a inovação social podem trazer benefícios também para quem faz parte da organização, como já mencionado nos tópicos anteriores.

Quando falamos de inovação social, também é necessário considerar que esta depende de diversos atores sociais e as empresas podem assumir esse papel na busca de promover mudanças, fortalecer sua imagem e reputação e ajudar a construir novas realidades. Nesse sentido, Păunescu (2014, p. 9), afirma que se sabe que o valor de um processo de inovação está na capacidade para tratar de questões sociais e não apenas de questões econômicas, ou seja, as ações e esforços de todos os setores (privados, públicos, e terceiros setores), bem como, o empoderamento da sociedade civil, são considerados aspectos cruciais do estímulo à inovação social.

Para tanto, o autor desenvolveu o Quadro 3, que tem como objetivo demonstrar como a inovação social tem impacto sobre as empresas e pode fazer a diferença de forma a impactar economicamente e culturalmente nos processos anteriormente estabelecidos.

### Quadro 3 – Inovação social nas empresas.

(Echeverría, 2013)	As inovações fornecem diferentes formas de valor: econômico, social, cultural, político, ambiental, moral. Essas formas de inovação devem ser avaliadas em todas as fases do processo de inovação e devem levar em consideração os diferentes atores envolvidos.
(Tsai et al., 2013)	O desempenho da inovação é indiretamente afetado pelo capital social comprador-vendedor por meio do compromisso com a inovação (normas compartilhadas, confiança) e desenvolvimento do conhecimento do cliente.
(Rass et al., 2013)	O capital social (entendido como estrutura e conteúdo das relações sociais) desempenha um papel mediador entre a implementação de instrumentos de inovação aberta e o desempenho da empresa. A implementação de instrumentos de inovação aberta fortalece o capital social de uma organização, que por sua vez está positivamente relacionado ao desempenho da empresa.

(Padgett & Moura-Leite, 2012)	O grau de impacto da inovação social no desempenho financeiro da empresa está relacionado ao nível de envolvimento de instituições governamentais e não governamentais na criação de incentivos para as empresas implementarem atividades inovadoras que gerem benefícios sociais. Padgett e Moura-Leite (2012) demonstram que existe um efeito negativo e significativo entre inovação com alto benefício social e desempenho financeiro.
(Maurer et al., 2011)	A transferência de conhecimento (conceituada como a mobilização, assimilação e uso de recursos de conhecimento) faz a mediação entre o capital social intraorganizacional dos membros da organização e os resultados de desempenho organizacional de crescimento e desempenho inovador.
(Link & Siegel, 2009)	Para avaliar os benefícios sociais da transferência de tecnologia e determinar os ganhos econômicos associados a esta atividade, duas métricas principais podem ser usadas, a saber, taxas de retorno social (para invenções baseadas na universidade) e taxas de benefício-custo características de novas tecnologias.
(Pavelin & Porter, 2008)	A inovação determina a relação entre a estratégia corporativa e as questões sociais, em termos, por exemplo, da probabilidade de a inovação trazer redução dos impactos ambientais e / ou melhoria da saúde e segurança, e a força desse efeito.
(Hull & Rothenberg, 2008)	O desempenho social corporativo pode melhorar o desempenho financeiro ao permitir que a empresa se diferencie, e esse efeito pode ser moderado tanto pela inovação, que também impulsiona a diferenciação da empresa, quanto pelo nível de diferenciação na indústria.

Fonte: Păunescu (2014, p. 9).

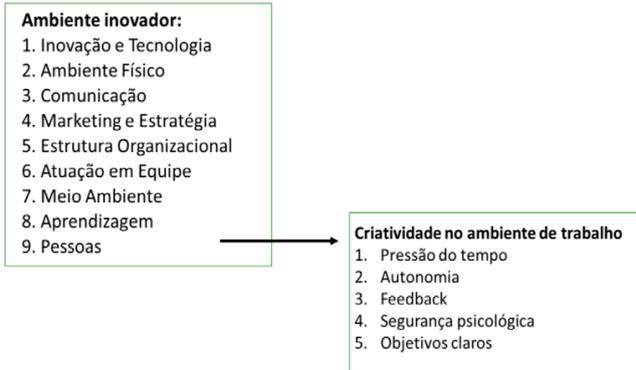
Por meio das constatações do Quadro 3, nota-se a relevância e o impacto que ações de inovação social podem ter nas empresas, o que leva a reflexão de que, se por um lado faltam definições mais claras, por outro, a personalização das definições pelos diversos agentes culturais, intelectuais, nos contextos políticos, econômicos, no tempo e no espaço, as inovações sociais se mostram consistentes e em crescimento constante Borges et al. (2019) ou seja, mesmo sem uma única terminologia ou conceituação completamente convencionalizada, é fato que a inovação social vem acontecendo e beneficiando a sociedade por meio das ações dos diferentes agentes envolvidos no processo.

### 3.2 Discussões

A fim de buscar entender a relação dos processos criativos com a existência de inovação social na empresa, desenvolveu-se, em um primeiro momento, a Figura 1 que propõem uma relação direta entre as variáveis de ambiente propícios para o desenvolvimento de criatividade, por Hennessey e Amabile (2009), com os fatores que tornam as empresas inovadoras de Oliveira e Cândido (2008).

Num segundo momento, com base em análises documentais realizadas por meio dos relatórios de sustentabilidade do ano de 2020, disponíveis nos sites das empresas, desenvolveu-se o Quadro 4, que apresenta as características identificadas em cada uma das empresas (cada uma representa uma cor), avaliando quantitativamente quantas variáveis de ambiente inovador e pessoas criativas estas empresas atendem.

Figura 1 – Características de um ambiente inovador



Fonte: Os autores, com base em Oliveira e Cândido (2008); Hennessey e Amabile (2009).

**Quadro 4 – Análise dos fatores que compõem um ambiente inovador e fatores favoráveis ao desenvolvimento de pessoas criativas.**

Ambiente Inovador		Pessoas Criativas				
		Pressão do tempo**	Autonomia	Feedback	Segurança psicológica	Objetivos claros
1. Inovação e Tecnologia	x x x		x	x x x	x x x	x x x
2. Ambiente Físico	x x x					
3. Comunicação	x x					
4. Marketing e Estratégia	x x					
5. Estrutura Organizacional	x x x					
6. Atuação em Equipe*						
7. Meio Ambiente	x x x					
8. Aprendizagem	x x x					
9. Pessoas	x x x					

**Empresa 1**

**Empresa 2**

**Empresa 3**

\* e \*\*: Não foi possível identificar nos documentos pesquisados insumos para definição da existência ou não destes fatores em nenhuma das três empresas pesquisadas.

Fonte: Elaboração dos autores.

## Comentários gerais:

### Empresa 1

Observa-se que a Empresa 1 atende oito, dos nove fatores que constituem um ambiente favorável à inovação, e quatro, dos cinco fatores que tornam as pessoas mais criativas. A inovação compõe um capítulo do relatório, o que faz com que a palavra inovação apareça mais de 150 vezes no documento. O capítulo destinado à inovação fala sobre os diferentes tipos que são desenvolvidos, desde os voltados para os produtos quanto os voltados para questões ambientais e sociais. Identificamos, em análise não exaustiva, pelo menos oito projetos de inovação social, beneficiando ou comunidade, ou colaborador ou a sociedade como um todo. No mapa de geração de valor, é possível verificar a relevância do tema de sustentabilidade e da preocupação com questões sociais, mas neste, a palavra inovação não é diretamente citada.

### Empresa 2

Observa-se que a Empresa 2 atende seis, dos nove fatores que constituem um ambiente favorável à inovação, e três, dos cinco fatores que tornam as pessoas mais criativas. Foi possível verificar a existência de duas ações de inovação social; a empresa tem em seu modelo de criação de valor a preocupação com o capital social onde fala de impactar comunidades, mas não abre mais informações sobre isso. Seu modelo de criação de valor não cita a palavra inovação. Como metas de sustentabilidade apresenta a intenção de criação de um comitê de inovação. Ao longo de todo o documento, a palavra criatividade é citada 0 vezes e a palavra inovação é citada 12 vezes, na maioria das vezes ligadas apenas aos processos produtivos.

### Empresa 3

Observa-se que a Empresa 3 atende oito, dos nove fatores que constituem um ambiente favorável a inovação, e quatro, dos cinco fatores que tornam as pessoas mais criativas. Foi possível verificar a existência de cinco ações de inovação social ao longo do documento. A empresa possui em seu propósito a palavra “sociedade” o que traz um indicativo da estratégia voltada para esse aspecto. Ao longo de todo o documento, a palavra criatividade é citada 3 vezes e a palavra inovação é citada 11 vezes, em alguns momentos voltadas ao desenvolvimento de novos serviços e em outros voltadas a questão de pessoas (sejam colaboradores ou clientes).

Por meio de análises qualitativas, foi possível observar que a Empresa 1, a qual possui mais fatores tanto no ambiente inovador quanto no âmbito de pessoas criativas conforme as abordagens dos autores Oliveira e Cândido (2008); Hennessey e Amabile (2009), respectivamente, apresentou também mais clareza e riqueza de ações de inovação social expostas no seu relatório de sustentabilidade de 2020 e, da mesma forma, a Empresa 3, que apresentou o segundo maior número de fatores compatíveis aparece com o segundo maior número de ações de inovação social listadas no relatório. Por fim, figura a Empresa 2, foi a que apresentou o menor número de ações de inovação social. Faz-se necessário o reforço de que esta análise se baseou em exclusivamente um documento, que em geral, completa todas as principais ações das grandes empresas no ano, mas, nesse sentido, seriam necessárias análises ainda mais aprofundadas para a clareza que buscamos do entendimento de uma relação direta dos processos criativos no desenvolvimento de ações de inovação social das empresas. O que apresenta-se também como uma hipótese com base nessas

três empresas pesquisadas é a relação direta com as pessoas, sendo: a empresa que traz em seu modelo de gestão a valorização da criatividade das pessoas, processos mais flexíveis a inovação e a criatividade é também a empresa que mais inova socialmente, segundo apresentado em seu relatório do ano de 2020, ou seja, pessoas são a chave para processos criativos e empresas mais inovadoras como um todo tendem a desenvolver mais projetos ligados diretamente com a inovação social.

## 4 Conclusões

Com empresas cada vez mais em busca de legitimação de suas marcas, produção de bens e serviços competitivos e produção diferenciada e criativa, aumenta a busca pelo desenvolvimento de processos criativos nas empresas. Mas o primeiro ponto a se observar são justamente os únicos atores capazes de tornar produtos e processos mais criativos e por consequência, inovadores: as pessoas.

Ao buscar atender o objetivo proposto neste artigo de analisar as relações entre o processo criativo e as práticas de inovação social em três organizações entendeu-se aqui que o que ocorre é um ciclo: pessoas estimuladas a serem criativas desenvolvem processos capazes de produzir coisas inovadoras. Com a frequente demanda dos consumidores por empresas mais transparentes e socialmente engajadas, a inovação social se apresenta como uma solução viável, logo, empresas com pessoas mais criativas, com processos já estabelecidos tendem a ser mais inovadoras, e assim, possibilitam o desenvolvimento de mais ações de inovação social, impactando positivamente a sociedade como um todo – desde que sigam alguns critérios primordiais para que esse ciclo de fato, funcione.

Buscou-se compreender os conceitos por meio do referencial teórico e analisar as informações levantadas na pesquisa documental por meio do relatório de sustentabilidade das empresas pesquisadas, a fim de buscar respostas para o questionamento: como os processos criativos se relacionam com a construção de ações de inovação social em grandes empresas? Entre os principais resultados destaca-se a questão de que são mais que processos, são pessoas. Elas são a parte fundamental para que processo seja criativo. Por isso, mais do que critérios de empresas inovadoras, notou-se a importância do investimento e da preocupação com o desenvolvimento de pessoas criativas nas empresas que anseiam por inovação. Além disso, referente as empresas estudadas, ficou evidente que quanto mais aberta à inovação como um todo, mais ela consegue promover também a inovação social. Contudo, ainda existe espaço para a ampliação desta discussão, já que, este estudo deu conta de analisar exclusivamente o relatório de sustentabilidade das empresas pesquisadas, abrindo margem para estudos ainda mais aprofundados sobre a relação dos processos criativos e ações de inovação social em grandes empresas.

## 5 Referências Bibliográficas

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo, SP: Edições 70, 2011.

Bignetti, LP. (2011). *As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa*. Ciências Sociais Unisinos – DOI: 10.4013/csu.2011.47.1.01.

Borges, M; Dandolini, GA; Soares, AL. (2020). *O processo de formação de parcerias intersetoriais em iniciativas de inovação social em Portugal*. Disponível em: [file:///c:/users/fernanda/downloads/o\\_processo\\_de\\_formacao\\_de\\_parcerias\\_intersetoriais.pdf](file:///c:/users/fernanda/downloads/o_processo_de_formacao_de_parcerias_intersetoriais.pdf). Acesso em 05 de agosto de 2021.

Correia, S, Oliveira, VM, Feitosa, M & Gómez, CP. (2017). Inovação social para o desenvolvimento sustentável: um caminho possível. *Administração Pública e Gestão Social*, 10(3): 199–212. Acesso em: <https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/5228>, 2017.

Freire, OBL. (2016). Marketing, criatividade e inovação em unidades de informação. *REMark – Revista Brasileira de Marketing e-ISSN: 2177-5184 DOI: 10.5585/remark*.

Gil, AC. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 4ª edição.

Hennessey, BA, & Amabile, TM. (2009). Creativity. First published online as a Review in Advance on October 19.

Howaldt, J, Domanski, D & Kaletka, C. (2016). Social innovation: towards a new innovation paradigm. *Mackenzie Management Review*, 6(17): 20–44, Special Edition.

Jenkins, H. (2006). *Cultura da Convergência*. Aleph: São Paulo.

Kaufman, JC, & Beghetto, RA. (2007). Além do Grande e do Pequeno: O modelo quatro C de criatividade. *California State University at San Bernardino*.

Kumasaka, JMVCCRUZ, Braga, BS, SM dos. (2019). Análise das dimensões da inovação social em associações do Ceará. XXII SEMEAD Seminários em Administração.

Marconi, MA, & Lakatos, EM. (2002). *Técnicas de pesquisa*. Atlas: São Paulo.

Medeiros, C, Galvão, CES, Correia, S, Gómez, C & Castilho, L. (2017). Inovação social além da tecnologia social: constructos em discussão. *Race*, Joaçaba, 6(3): 957–982.

Muzzio, H; Paiva Júnior, FG. (2018) Organizational Creativity Management: Discussion Elements. RAC, (22), Rio de Janeiro.

Oliveira, JN, & Cêncido, GA. (2008). Características e práticas gerenciais de empresas inovadoras: Um estudo de caso numa empresa do setor têxtil do Estado da Paraíba. XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Brasília (DF). 22-24 de outubro. ANPAD.

Pacheco, APdeC. (2019). Economia Criativa no Brasil. Conceito, políticas públicas e desenvolvimento. Independente: Campo Grande – MS.

Păunescu, C. (2014). Current trends in social innovation research: social capital, corporate social responsibility, impact measurement. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, 9(2): 105-118.

Pinheiro, CM, & Silva, AC. (2019). Afinal, o que é (e o que não é) Indústria Criativa? In Mídia e Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Fi.

Prodanov, CC, & Freitas, ECde. (2013). Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 276 p. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/Metodologia\\_do\\_Trabalho\\_Cient%C3%ADfico\\_M%C3%A9t/zUDsAQAQAQBA-J?hl=pt-BR&gbpv=1&printsec=frontcover](https://www.google.com.br/books/edition/Metodologia_do_Trabalho_Cient%C3%ADfico_M%C3%A9t/zUDsAQAQAQBA-J?hl=pt-BR&gbpv=1&printsec=frontcover). Acesso em: 08 de julho de 2021.

Schumpeter, JA. (1997). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1997.

Simonton DK. (2000). Creativity. Cognitive, personal, developmental, and social aspects. Am Psychol.; 55(1): 151-158. Doi: 10.1037//0003-066x.55.1.151. PMID: 11392859.

Realização





Encontro Internacional de  
**TERRITÓRIOS CRIATIVOS**  
para o desenvolvimento sustentável



@estacaovia



@EstacaoVIA



@estacaovia



Via Estação  
Conhecimento

[www.via.ufsc.br](http://www.via.ufsc.br)

**VIA**

Estação Conhecimento