

DESVENDANDO O POTENCIAL TRANSFORMADOR DA ECONOMIA CRIATIVA NAS PERIFERIAS URBANAS

Alice Maria Matias Cerqueira das Neves *

Paulo Henrique Cury Campineiro**

Resumo: Este estudo explora o papel transformador da economia criativa nas periferias urbanas, focando em São Carlos, São Paulo. A economia criativa, que inclui atividades baseadas na criatividade e no capital intelectual, tem potencial significativo para impulsionar o desenvolvimento socioeconômico em áreas marginalizadas. A pesquisa utilizou uma combinação de revisão bibliográfica e pesquisa de campo, incluindo questionários e observação participante em eventos culturais. Os resultados mostram que a economia criativa é essencial para a renda de muitos trabalhadores e que eventos culturais são cruciais para a criação de redes e visibilidade. As principais contribuições deste estudo são a identificação dos desafios enfrentados pelos empreendedores criativos e recomendações para políticas públicas que possam promover o desenvolvimento local sustentável e inclusivo.

Palavras-chave: Economia Criativa; Periferias Urbanas; Desenvolvimento Socioeconômico; Inclusão Social; Empreendedorismo Cultural.

Abstract: This study explores the transformative role of the creative economy in urban peripheries, focusing on São Carlos, São Paulo. The creative economy, which includes activities based on creativity and intellectual capital, has significant potential to drive socioeconomic development in marginalized areas. The research utilized a combination of literature review and field research, including questionnaires and participant observation at cultural events. The results show that the creative economy is essential for the income of many workers and that cultural events are crucial for network creation and visibility. The main contributions of this study are the identification of the challenges faced by creative entrepreneurs and recommendations for public policies that can promote sustainable and inclusive local development.

Keywords: Creative Economy; Urban Peripheries; Socioeconomic Development; Social Inclusion; Cultural Entrepreneurship.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, tem-se observado um crescente interesse na interseção entre economia criativa e desenvolvimento urbano, especialmente nas periferias das grandes metrópoles. A economia criativa, definida como "atividades nas quais a

*Aluna do curso Técnico em Administração na Etec Paulino Botelho – alice.neves2@etec.sp.gov.br

** Aluno do curso Técnico em Administração na Etec Paulino Botelho – paulo.campineiro@etec.sp.gov.br

criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima primária" (DCMS, 1998), tem sido reconhecida por seu potencial de promover o crescimento econômico, gerar empregos e estimular a inovação (Florida, 2002; Pratt, 2011). Paralelamente, as periferias urbanas, muitas vezes marginalizadas e negligenciadas, emergem como espaços de oportunidade e resistência, onde a criatividade e a cultura desempenham papéis cruciais na transformação socioeconômica (Lopes, 2017).

Nesse contexto, o presente estudo se propõe a explorar o papel da economia criativa na dinâmica das periferias urbanas, com o objetivo de compreender seus impactos e desafios. Ao investigar como a economia criativa se manifesta e opera nessas áreas, buscamos não apenas fornecer insights teóricos, mas também contribuir para a formulação de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento local mais eficazes e inclusivas.

Dados estatísticos recentes revelam a crescente importância da economia criativa em todo o mundo. Segundo o relatório da UNESCO (2013), as indústrias criativas representam atualmente cerca de 3% do PIB global e empregam mais de 29,5 milhões de pessoas em todo o mundo. Além disso, estima-se que a economia criativa cresça a uma taxa anual de aproximadamente 5%, superando a média de crescimento da economia global (UNCTAD, 2018). No entanto, apesar desse crescimento promissor, as periferias urbanas muitas vezes enfrentam barreiras significativas para acessar e se beneficiar plenamente desse potencial econômico e cultural.

Diante desse cenário, torna-se fundamental investigar como a economia criativa pode ser catalisadora de transformações positivas nas periferias urbanas, promovendo não apenas o crescimento econômico, mas também a inclusão social e o desenvolvimento sustentável. Ao longo deste estudo, serão exploradas questões-chave, como os principais setores da economia criativa presentes nas periferias, o papel da cultura e da criatividade na revitalização econômica, os desafios enfrentados pelos empreendedores criativos e o impacto das políticas públicas nesse contexto.

JUSTIFICATIVA

A economia criativa tem se destacado como uma área com potencial significativo para impulsionar o desenvolvimento econômico e social, especialmente

nas periferias urbanas. Sua relevância está na capacidade de gerar empregos, estimular a inovação e promover a inclusão social em comunidades historicamente marginalizadas. Analisar a economia criativa nessas regiões permite compreender as dinâmicas locais de desenvolvimento e identificar oportunidades para fortalecer as economias locais, melhorando a qualidade de vida dos residentes. Este tema também aborda a desigualdade social e a exclusão econômica, destacando a necessidade de políticas públicas mais inclusivas. Por fim, sua natureza interdisciplinar permite uma compreensão holística dos processos de transformação socioeconômica, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias eficazes para um crescimento sustentável e equitativo.

CONCEITO E PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa é um conceito emergente que se baseia na utilização da criatividade, talentos e habilidades individuais ou coletivas para a produção de bens e serviços que incorporam propriedade intelectual. Este setor engloba atividades que vão desde o artesanato tradicional até complexas cadeias produtivas das indústrias culturais, sempre valorizando o aspecto simbólico e cultural dos produtos e serviços gerados (Miguez, 2007; Duisenberg, 2008; Reis, 2008; Wachowicz, 2011).

Conceito de Economia Criativa

O conceito de economia criativa é caracterizado pela sua ampla configuração e impacto em diversos setores da economia. Produtos, bens ou serviços criativos resultam de talentos criativos individuais ou coletivos, tendo a criatividade como elemento central. Este setor é visto como a economia do intangível e do simbólico, onde a valorização da arte pela arte é o principal insumo (Ministério da Cultura, 2011; Bendassolli et al., 2009).

Diferente dos modelos econômicos tradicionais, a economia criativa é marcada pela abundância decorrente da criatividade e por uma dinâmica própria, resultante dos novos modelos de negócio ainda em construção (Ministério da Cultura, 2011).

“Este conceito compreende não apenas a produção cultural, mas também a capacidade de inovar em uma variedade de setores, promovendo um crescimento econômico diversificado e resiliente” (ANGELA McROBBIE, 2016). Abrangendo setores novos, que vão além das indústrias criativas culturais, com destaque para

design, software e serviços criativos, que contribuem de maneira significativa para o crescimento econômico e a inovação” (RICHARD FLORIDA, 2002).

Panorama Histórico

O termo ECONOMIA CRIATIVA evoluiu a partir das "indústrias criativas", um conceito desenvolvido inicialmente pelo governo britânico nos anos 1990 para fomentar setores com alto potencial de geração de riqueza e empregos através da exploração da propriedade intelectual. Este modelo foi seguido por outros países como Austrália, Cingapura, Líbano e Colômbia, adaptando-se às suas realidades específicas para promover o desenvolvimento econômico e social (Reis, 2008; Melito, 2011; Gil, 2012).

Economia Criativa no Brasil

No Brasil, a institucionalização da economia criativa começou a ganhar forma com o lançamento do “Plano da Secretaria da Economia Criativa” pelo Ministério da Cultura em 2011, e a criação da Secretaria da Economia Criativa pelo Decreto nº 7.743/2012. Esta Secretaria tem como objetivo principal conduzir políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, tornando a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do país.

A economia criativa brasileira tem mostrado um crescimento significativo, com uma contribuição relevante para o PIB nacional. Em 2011, os setores criativos contribuíram com aproximadamente 110 bilhões de reais, representando 2,7% do PIB do Brasil, com um crescimento médio anual de 6,3% entre 2007 e 2011, superando o crescimento médio do PIB brasileiro no mesmo período (Ministério da Cultura, 2011).

Importância e Impacto

Agências internacionais como a UNCTAD destacam a economia criativa como um eixo estratégico para o desenvolvimento socioeconômico, promovendo a geração de renda, emprego, diversidade cultural, inclusão social e desenvolvimento humano. Além disso, este setor estimula o turismo e reforça a sustentabilidade cultural das regiões onde é desenvolvido (UNCTAD, 2008; 2010).

Em suma, a economia criativa é vista como um motor de desenvolvimento que combina criatividade com valor econômico, desempenhando um papel crucial na modernização das economias e na promoção de um desenvolvimento sustentável e inclusivo.

O Impacto da Economia Criativa na Renovação das Áreas Periféricas Urbanas

A economia criativa tem desempenhado um papel significativo na revitalização econômica das periferias urbanas, transformando áreas marginalizadas em centros de inovação cultural e econômica. Através de projetos culturais e artísticos, é possível promover o desenvolvimento econômico sustentável e a inclusão social, oferecendo novas oportunidades de negócios e fortalecendo a identidade cultural local.

Charles Landry (2008) destaca que a cultura, a arte e a criatividade são fundamentais para a transformação de periferias urbanas, promovendo um desenvolvimento econômico sustentável e inclusivo. Esses projetos não apenas revitalizam fisicamente as áreas, mas também concedem autonomia às comunidades locais, como observado por Richard Florida (2002). Ao valorizar os talentos locais e promover uma identidade cultural única, esses projetos atraem investimentos e impulsionam a economia local, conforme argumenta David Throsby (2001).

A regeneração urbana facilitada pela cultura e pela arte transforma áreas deterioradas em destinos atrativos para residentes e turistas, estimulando a economia local (Pratt, 2012). Além disso, iniciativas criativas ajudam a combater a exclusão social e econômica, gerando oportunidades e um senso de pertencimento para os jovens (UNESCO, 2013).

Os projetos de revitalização urbana baseados na arte e na cultura não apenas melhoram a infraestrutura física, mas também fortalecem o capital social e a coesão comunitária, segundo Terry Flew (2012). A economia criativa, como aponta John Howkins (2001), é uma ferramenta poderosa para a recuperação urbana, incentivando a inovação e o empreendedorismo nas periferias, contribuindo para uma economia mais diversificada e resiliente.

Investir em cultura, arte e criatividade pode transformar periferias urbanas em hubs culturais, promovendo o turismo local e gerando novos empregos (UNCTAD, 2008). A arte pública e os eventos culturais redefinem a imagem dessas áreas,

tornando-as mais atrativas para investidores e visitantes, como argumenta Angela McRobbie (2016). A colaboração entre artistas, comunidades locais e autoridades proporciona soluções criativas para problemas urbanos, promovendo um desenvolvimento econômico inclusivo e sustentável (Malcolm Miles, 1997).

A economia criativa e a economia solidária, apesar de suas diferenças, compartilham a valorização do capital humano e a promoção de práticas sustentáveis. No entanto, enquanto a economia criativa se concentra na inovação e na exploração da propriedade intelectual, a economia solidária enfatiza a cooperação e a justiça social (Throsby, 2001; UNESCO, 2013). A economia solidária busca a inclusão social e a redistribuição igualitária dos recursos através de práticas colaborativas (Paul Singer, 2002), enquanto a economia criativa é um motor para o crescimento econômico através da inovação (Landry, 2008).

A economia solidária surge como uma resposta aos erros do mercado e à exclusão social, promovendo uma economia inclusiva e justa, contrastando com a economia criativa, que capitaliza a inovação cultural e tecnológica (José Luis Coraggio, 2011). A transformação proporcionada pela economia criativa reside na conversão de ideias em produtos e serviços lucrativos, enquanto a economia solidária constrói redes de apoio mútuo e práticas econômicas justas (Pratt, 2012).

Estudo dos Setores Dominantes da Economia Criativa que surgem nas Áreas Periféricas

Nas periferias urbanas, setores como moda, música e artes visuais surgem como fortes formas de expressão cultural e geração de renda (John Howkins, 2001). Setores como os da arte comunitária, produção audiovisual e gastronomia têm mostrado uma evolução expressiva nas periferias urbanas, alimentados por uma forte base cultural local (David Throsby, 2001). Os setores da economia criativa que progridem nas periferias urbanas em grande parte retratam as culturas vibrantes e variadas dessas áreas, como a música, o hip-hop, o grafite e a moda de rua (Richard Florida, 2002). A economia criativa nas periferias urbanas, incluindo setores como artesanato, moda e produções audiovisuais, é motivada por talentos locais e tradições culturais (UNESCO).

A periferia tem demonstrado um ninho de inovação cultural, com setores como música, dança e teatro comunitário aflorando como potenciais econômicos (Ana Carla

Fonseca Reis, 2003). As periferias urbanas são espaços de criatividade e inovação, onde setores como design, moda e produção audiovisual podem evoluir apesar de muitas vezes afastados dos holofotes (Saskia Sassem, 1991). A internet e as tecnologias digitais permitem que empreendedores criativos das periferias urbanas sejam introduzidos em setores como produção visual e criação de conteúdos digitais (Chris Anderson, 2006). Setores como economia digital, design e produção cultural possuem um grande potencial de crescimento e inovação, apesar de serem com frequência subvalorizados (Mariana Mazzucato, 2018). O crescimento dos setores criativos nas periferias, como moda, música e artesanato, mostra uma adaptação resistente às condições econômicas locais e um forte senso de identidade comunitária (Mark Banks, 2017). O vigor dos setores criativos nas periferias urbanas é frequentemente impulsionado por iniciativas locais e desenvolvimento comunitário (Franco Bianchini, 2000).

Como as Políticas Públicas Podem Amenizar os Obstáculos dos Empreendedores Criativos nas Periferias Urbanas

Políticas públicas promovendo a infraestrutura cultural e fornecendo um apoio financeiro específico são decisivas na amenização dos desafios enfrentados pelos empreendedores criativos nas periferias (David Throsby, 2001). A criação de incubadoras de negócios criativos e programas de capacitação pode auxiliar na superação de barreiras institucionais e de rede que empreendedores culturais enfrentam nas periferias (John Howkins, 2001). Ao investir em educação e treinamentos específicos para os setores criativos, prepara-se melhor os empreendedores para a competição no mercado global (Richard Florida, 2002). O desenvolvimento de políticas de inclusão que promovam a facilidade do acesso ao financiamento e aos mercados é essencial para o crescimento dos setores criativos nas periferias urbanas (UNESCO). Políticas públicas de incentivo à formação de redes de colaboração e parcerias entre empreendedores criativos e outras instituições podem ampliar o impacto das iniciativas periféricas (Ana Carla Fonseca Reis, 2003).

A implementação de políticas urbanas que promovam a criação de espaços públicos intensos e acessíveis pode estimular a criatividade e a inovação periféricas (Saskia Sassem, 1991). O apoio governamental à digitalização e ao acesso à tecnologia pode possibilitar que empreendedores criativos nas periferias atinjam um

público mais amplo e diversificado (Chris Anderson, 2006). Políticas de inovação inclusivas que envolvem financiamento público para projetos criativos podem diminuir a desigualdade e favorecer o desenvolvimento econômico das periferias (Mariana Mazzucato). Iniciativas públicas que garantam a igualdade ao acesso a recursos culturais e econômicos são fundamentais como base de apoio para empreendedores criativos nas áreas periféricas (Mark Banks). A implementação de políticas culturais que reconheçam e valorizem a diversidade cultural das periferias pode fortalecer as comunidades criativas locais (Franco Bianchini, 2000).

Explorando a Importância da Cultura na Economia Criativa: Uma Visão Abrangente e Desafios nas Áreas Periféricas Urbanas

A cultura exerce uma função vital na economia criativa, onde as ideias e inovações culturais se transformam em produtos e serviços econômicos. Esse conceito, proposto por John Howkins em 2001, destaca a importância da cultura como um motor propulsor para a economia criativa. Nesse contexto, a economia criativa é definida por David Throsby como um setor baseado na criação, produção e distribuição de bens e serviços culturais, que possuem um valor econômico significativo.

Richard Florida, em 2002, enfatizou que a cultura e a criatividade são elementos essenciais para o crescimento das cidades, contribuindo para sua vitalidade e competitividade. Essa visão é respaldada pela UNESCO, que reconhece a economia criativa como englobando as indústrias culturais, as quais combinam criação, produção e comercialização de materiais culturais tangíveis e intangíveis.

Ana Carla Fonseca Reis, em 2003, salienta que a cultura, integrada à economia criativa, promove o desenvolvimento sustentável ao gerar emprego, renda e valorizar o patrimônio cultural e a criatividade local. A cultura influencia as identidades locais e globais, como observado por Saskia em 1991, desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento econômico.

A era digital, conforme Chris Anderson em 2006, amplia o alcance da cultura na economia criativa, viabilizando a distribuição e comercialização de materiais culturais em uma escala sem precedentes. Mariana Mazzucato, em 2013, destaca a importância das políticas públicas para apoiar a cultura e a criatividade, maximizando seu potencial econômico.

Mark Banks, em 2017, ressalta que a produção cultural é central na economia criativa, abrangendo diversas formas de expressão artística. Franco Bianchini, em 2000, enfatiza que a cultura é central na percepção e vivência das cidades, integrando-se à economia criativa como um componente essencial.

Andy Pratt, em 2008, destaca que a economia criativa reflete a interseção entre cultura, economia e tecnologia, desempenhando um papel crítico na produção cultural. Charles Landry, em 2000, enfatiza que a cultura fornece a base de inovação e originalidade necessárias para a geração de novos produtos e serviços na economia criativa.

David Hesmondhalgh, em 2002, destaca que as indústrias culturais estabelecem um significativo valor econômico dentro da economia criativa. Keith Negus, em 1999, ressalta a importância das indústrias culturais para a inovação e geração de empregos.

Richard Caves, em 2000, define as indústrias criativas pela capacidade de produzir valor econômico a partir da criatividade e inovação.

Por outro lado, os empreendedores criativos enfrentam desafios específicos nas periferias urbanas. David Throsby, em 2001, observa que o acesso limitado ao financiamento e a infraestrutura inadequada são obstáculos comuns. John Howkins, em 2001, destaca que o ambiente urbano periférico pode limitar as oportunidades devido à falta de apoio institucional e redes de contato.

Richard Florida, em 2002, ressalta que a localização desempenha um papel crucial na capacidade dos empreendedores criativos de prosperar, e as periferias muitas vezes carecem de recursos e ambiente estimulante encontrados nos centros urbanos.

A desigualdade espacial, conforme a UNESCO, restringe o potencial de crescimento e inovação dos empreendedores criativos, devido à falta de acesso a infraestruturas culturais. A falta de espaços culturais e de base adequada nas periferias representa desafios significativos para os empreendedores criativos, conforme observado por Sasaki Associates em 2017.

Ann Markusen, em 2010, destaca os obstáculos enfrentados pelos empreendedores criativos das periferias, incluindo a falta de capital social e financeiro e a ausência de políticas públicas de apoio. Jane Jacobs, em 1961, ressalta a importância da diversidade de oportunidades culturais e econômicas para a vitalidade dos bairros periféricos.

Lia Ghilardi, em 1993, aponta que os empreendedores criativos das periferias podem enfrentar dificuldades para construir redes devido ao isolamento geográfico e à falta de reconhecimento. Paul Singer, em 2002, destaca que o preconceito social e econômico pode impor limitações adicionais às oportunidades dos empreendedores criativos das periferias.

Franco Bianchini, em 2000, salienta que a falta de políticas culturais inclusivas e apoio ordenado nas periferias pode restringir o desenvolvimento dos empreendimentos criativos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Metodologia

A metodologia deste estudo se baseou em uma combinação de revisão bibliográfica e pesquisa qualitativa. O projeto de pesquisa intitulado “Desvendando o Potencial Transformador da Economia Criativa nas Periferias Urbanas” foi conduzido por alunos do curso Técnico em Administração, da Escola Industrial ETEC Paulino Botelho. A pesquisa de campo foi realizada entre março e junho de 2024 na Região de São Carlos, interior do estado de São Paulo.

Este estudo visa entender como os trabalhadores da economia criativa em São Carlos se envolvem com eventos culturais e como esses eventos impactam suas atividades econômicas. Os resultados revelam a diversidade etária e profissional dos participantes, a importância dos eventos culturais para a geração de renda e a criação de redes de apoio entre os trabalhadores da economia criativa.

A pesquisa foi conduzida através de um questionário online, respondido por 21 participantes. As perguntas abordaram a idade, cidade natal, tempo de residência em São Carlos, bairro de moradia, como conheceram a economia criativa, atividade profissional, tempo de trabalho no segmento, se essa atividade gera sustento, outras atividades complementares, renda média mensal, região de atuação, público-alvo, frequência e proximidade dos eventos culturais, e a importância desses eventos para seu trabalho.

Objetivo da Pesquisa

O objetivo principal do estudo é investigar o impacto da economia criativa na dinâmica socioeconômica das periferias urbanas em contextos globais diversos. As questões orientadoras incluíram: identificar e analisar os principais setores da economia criativa que emergem nas periferias urbanas; avaliar o papel da cultura, da arte e da criatividade na revitalização econômica das periferias urbanas; investigar os desafios enfrentados pelos empreendedores criativos nas periferias urbanas e como esses desafios podem ser mitigados através de políticas públicas e iniciativas locais; a influência dos projetos sociais estabelecidos no território no surgimento e manutenção dessas iniciativas, e a relação entre as atividades de produção cultural no território e a cultura local.

A metodologia foi dividida em três partes principais:

1. Pesquisa Secundária:

Revisão da literatura em bases de dados científicas (Web of Science) e de universidades brasileiras (periódicos CAPES) sobre os conceitos de "economia criativa", casos no Brasil e em outros países, e "economia da cultura" em favelas brasileiras.

Consulta a relatórios da ONU (UNCTAD e UNESCO), planos governamentais brasileiros para os setores da economia criativa, e estatísticas brasileiras sobre os impactos econômicos da economia criativa (IBGE, IPEA, FIRJAN).

2. Pesquisa Primária:

Trabalho de campo utilizando um questionário semiestruturado quantitativo e qualitativo, baseado em orientações em sala de aula e ...

3. Observação Participante:

Observação participante em eventos culturais semanais gratuitos que ocorrem na cidade de São Carlos. O período de observação ocorreu março a junho de 2024.

Os dados coletados foram tratados com métodos de análise de conteúdo quantitativo e qualitativo para entender as características das iniciativas de economia criativa e seu impacto no desenvolvimento social local.

RESULTADOS

A pesquisa contém dados de respostas a um formulário sobre economia criativa. A seguir, está uma descrição detalhada dos dados contidos na pesquisa:

1. **“Qual sua idade?”**: Indica a idade do respondente.

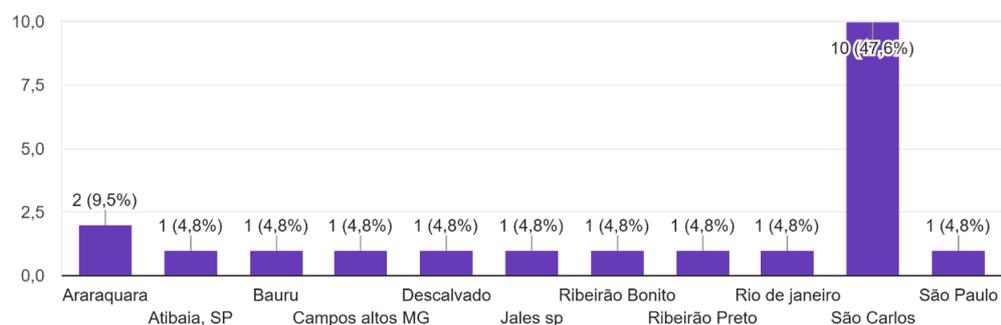
A idade dos participantes variou entre 19 e 69 anos. Sendo que 52,8% responderam ter 19, 21, 23, 29, 32, 35, 50, 52, 59, 68 e 69 anos (uma resposta para cada idade mencionada); enquanto 28,5% responderam ter 24, 33 e 37 anos (2 participantes para cada idade mencionada) e; 18,7% responderam ter 27 anos (4 participantes).

2. **“Qual a cidade que você nasceu?”**: Especifica a cidade natal do respondente.

47,6% dos participantes nasceram em São Carlos, cidade onde a pesquisa aconteceu, localizada no estado de São Paulo; ainda no estado de São Paulo 9,5% nasceram em Araraquara, 4,8% em Atibaia, 4,8% em Bauru, 4,8% em Descalvado, 4,8% em Jales, 4,8% em Ribeirão Bonito, 4,8% em Ribeirão Preto, 4,8% em São Paulo. A pesquisa também contou 4,8% dos participantes nascidos em Campos Altos, estado de Minas Gerais e; 4,8% nasceram na cidade do Rio de Janeiro, capital do estado Rio de Janeiro.

Qual a cidade que você nasceu?

21 respostas



3. **“A quanto tempo mora em São Carlos?”**: Informa o tempo de residência do respondente em São Carlos.

52% dos participantes moram em São Carlos desde o nascimento, enquanto 4,8% moram na cidade a 1 ano, 4,8% moram a 3 anos, 4,8% a 7 anos, 9,5% a 10 anos, 4,8% a 18 anos, 4,8% a 26 anos, 4,8% a 28 anos, 4,8% a 40 anos e 4,8% moram a 54 anos na cidade. Pode-se observar que a maioria dos participantes que não

nasceram na cidade se mudaram para ela ainda na infância ou nos primeiros anos da adolescência, vivendo a maior parte de suas vidas adultas na cidade de São Carlos.



4. **“Em que bairro você mora?”**: Identifica o bairro de residência do respondente em São Carlos.

Os bairros citados pelos participantes incluem Jardim Embaré, Jockey Club, Jardim Paulistano, Santa Felicia, Santa Marta, Cidade Jardim, Jardim Centenário, São Carlos 8, Astolpho Luis do Prado, Jardim Tangará, Jacobucci, Américo Alves Margarido, Vila Nery, Jardim Brasil, Vila Izabel, Boa vista, Cidade Aracy 2 e Zavaglia.

É possível observar que a maioria dos participantes são moradores de bairros mais afastados da região central da cidade, desde a região do extremo leste como São Carlos 8, a região do extremo sul como Cidade Aracy por exemplo.

5. **“Como ou onde soube o que é economia criativa?”**: Descreve como o respondente tomou conhecimento sobre economia criativa.

6 dos 21 participantes descreveram ter conhecido o conceito de economia criativa através da internet por meio de whatsapp ou instagram. Outros 6 participantes descreveram ter conhecido através da escola ou universidade.

Dentre as respostas também constam: “Já trabalhava com economia criativa, porém só soube a nomenclatura através de estudos de administração”, “Eu conheci a

economia criativa através de algumas atividades de hip hop que aconteceram no Jardim Gonzaga e muito se falava disso lá. Inclusive tinha uma moeda do bairro que circulava lá. Depois indo em alguns eventos na Teia e me envolvendo com movimento social na cidade.” e “Procurando meios de sobrevivência através do processo artístico tive contato com a economia criativa”.

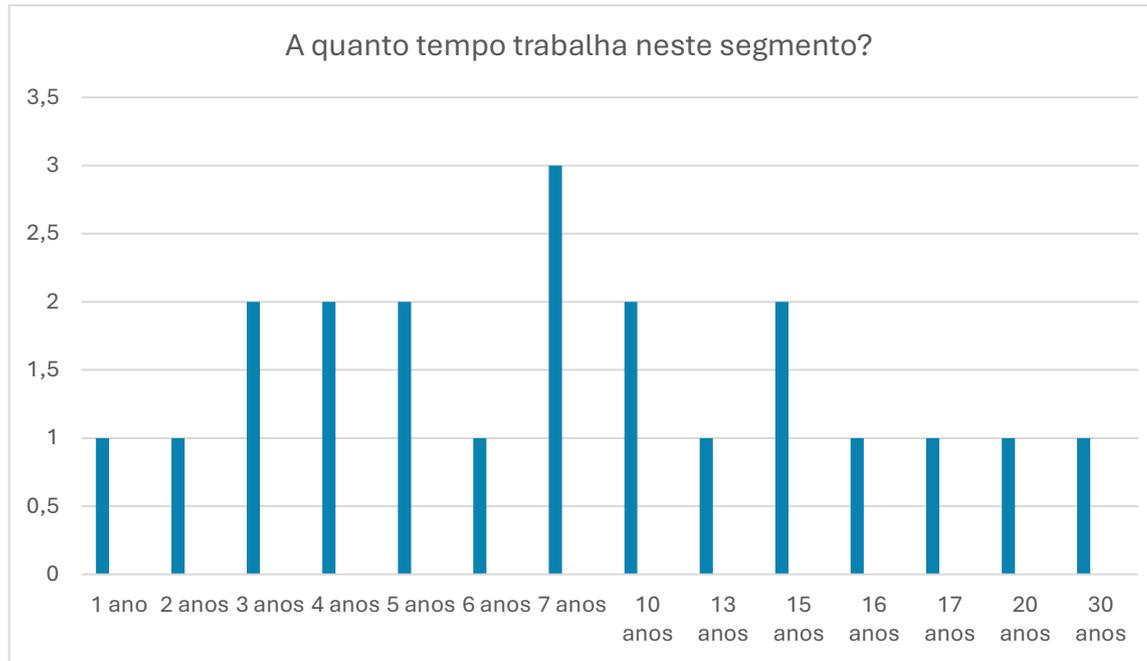
Algumas das respostas envolviam movimentos de luta como por exemplo: “Conheci através de formação coletiva em organização partidária e movimentos sociais”, “Quando comecei me aproximar de coletivos culturais” e “Trabalho e pesquisa sobre políticas públicas de Cultura. Fui gestora cultural por 15 anos’. Um dos participantes descreveu ter conhecido através “visitas em feiras”, um através de amigos e dois participantes descreveram não conhecer o termo economia criativa.

6. **“Com o que você trabalha?”**: Detalha a área ou atividade de trabalho do respondente.

Dentre as profissões citadas pelos participantes é possível encontrar diversos segmentos, na área da educação temos: educador, professor de informática, professora aposentada, grupo 60+ de incentivo à leitura; em vendas e serviços temos: revendas de produtos, brecho e customização, tratamento de pintura automotiva, encanador, cozinheiro, barbeiro, autônomo em audiovisual e gestão de redes sociais, tatuadores e; no segmento cultural temos: artesão, músicos, DJs, produtores de eventos e ação cultural

7. **“A quanto tempo você trabalha nesse segmento?”**: Indica o tempo de experiência do respondente no segmento de economia criativa.

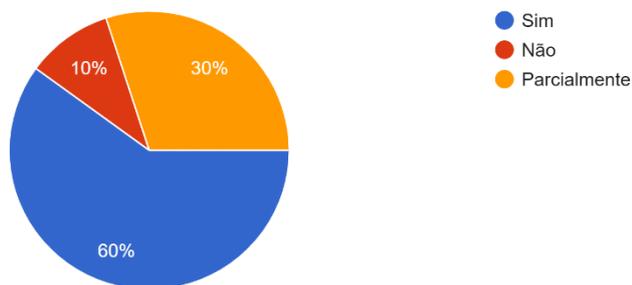
4,8% dos participantes trabalham com economia criativa a 1 ano, 4,8% trabalham a 2 anos, 9,5% a 3 anos, 9,5% a 4 anos, 9,5% a 5 anos, 4,8% a 6 anos, 14,3% a 7 anos, 9,5% a 10 anos, 4,8% a 13 anos, 9,5% a 15 anos, 4,8% a 16 anos, 4,8% a 17 anos, 4,8% a 20 anos e 4,8% trabalham a 30 anos no segmento.



8. **“Esse é o trabalho que te gera sustento?”**: Esclarece se a atividade do respondente é a principal fonte de renda.

60% dos participantes declararam que o trabalho exercido é sim a principal fonte de renda, enquanto 30% declararam que o trabalho gera apenas parte da renda total mensal, e 10% declararam que o trabalho não é a principal fonte de renda.

Esse é o trabalho que te gera sustento?
 20 respostas



9. **“Exerce outra atividade complementar? Se Sim, qual?”**
 Identifica se o respondente pratica outras atividades para complemento da renda mensal.

8 participantes indicaram não exercer nenhuma atividade para complementar sua renda mensal. Dentre as atividades complementares praticadas pelos participantes estão: produção cultural, treinador de futevôlei, músico, freelance, arte educador, militância política, bibliotecário, aposentada, atendente de caixa, vendas de bolo de pote salgados e doces para festas, vendas de automóveis, funcionário público, produção de eventos e vendas de bebidas.

10. “Qual a renda média mensal?” Detalha a renda mensal do respondente.

Podemos observar uma grande variação de renda entre os participantes da pesquisa. Dentre os valores estão: 1 participante alegou que sua renda média varia entre R\$400,00 e R\$600,00 reais por mês; para outro participante a variação é de R\$500,00 a R\$1.000,00 por mês; observamos ainda uma variação de R\$1.500,00 a R\$3.500,00 por mês e; de R\$5.000,00 a R\$7.000,00 por mês, dependendo do mês.

Houve também valores fixos mensais: 2 participantes declararam receber o valor de R\$1.000,00 reais por mês, 2 participantes o valor de R\$1.500,00 mensais, 1 declarou R\$1.900,00 mensais, 1 declarou R\$2.000,00 mensais, 1 declarou R\$2.200,00, 2 declararam R\$2.500,00, 2 declararam R\$3.000,00, 1 declarou R\$3.500,00, 2 declararam R\$4.000,00, 1 declarou R\$4.500,00, 1 declarou R\$6.000,00, 1 declarou R\$7.000,00 e 1 declarou o valor de R\$13.000,00 mensais.

11. “Em qual região da cidade você atua?” Descreve os locais da cidade onde o respondente trabalha.

7 participantes descreveram trabalhar por toda a cidade de forma itinerante, 4 trabalham na região central da cidade, 2 disseram trabalhar na UFSCar (Universidade Federal de São Carlos), 1 descreveu trabalhar nos bairros Santa Felícia, Vila Marcelino e Vila São Jose, 1 descreveu trabalhar no bairro Villa Nery, 1 descreveu atuar no bairro Jardim Paulistano, 2 declararam trabalhar sem uma determinação geográfica específica, 1 atua na cidade de Ribeirão Preto e 2 atuam na cidade de São Paulo.

12. “Qual a idade do seu público-alvo?” Indica a idade média do público consumidor dos diferentes tipos de produtos e serviços citados.

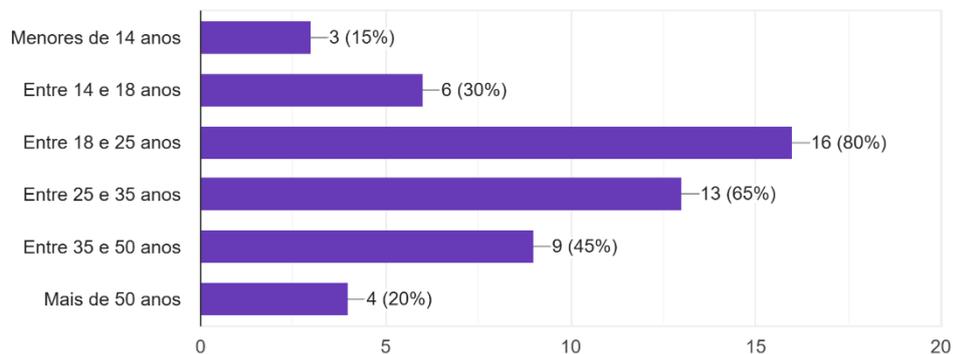
15% declarou atender um público com idade média inferior a 14 anos, 30% declarou que a idade de seu público alvo varia de 14 a 18 anos, 80% declarou atender

um público com idade entre 18 e 25 anos, 65% declara que seu público tem entre 25 e 35 anos, 45% declara idade entre 35 e 50 anos e 20% declara atender pessoas com mais de 50 anos.

Neste ponto da pesquisa foi possível para o respondente selecionar mais de uma opção de faixa etária.

Qual a idade do seu público alvo (clientes)?

20 respostas

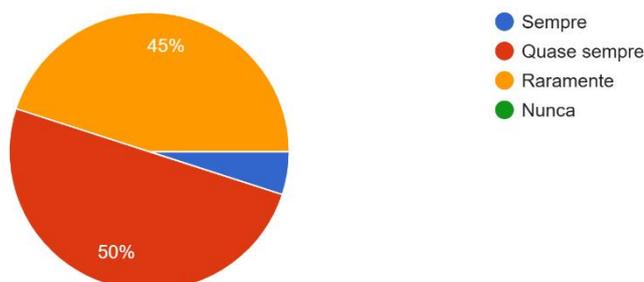


13. “Com que frequência acontecem feiras e eventos culturais na sua cidade?”

5% dos participantes da pesquisa indicaram que sempre acontecem eventos culturais em sua cidade, enquanto 50% indicaram que os eventos e feiras acontecem quase sempre e 45% indicaram que os eventos e feiras acontecem raramente em sua cidade. Nenhum dos participantes selecionou a opção que indica que nunca acontecem eventos e feiras em sua cidade.

Com que frequência acontecem feiras e eventos culturais na sua cidade?

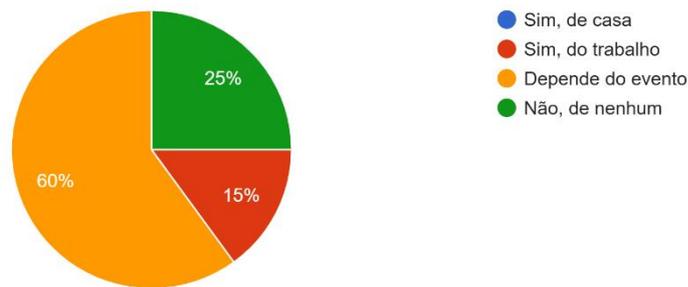
20 respostas



14. **“Eles costumam ser próximos à sua casa ou ao seu local de trabalho?”** Demonstra a distância que os participantes tem de percorrer entre sua residência e o local onde os eventos culturais e feiras da cidade acontecem.

25% dos participantes indicaram que os eventos e feiras não acontecem nem próximos ao seu local de trabalho, nem próximo ao seu local de residência; 60% declararam que dependendo do evento pode ser ou não próximos, indicando que os eventos e feiras acontecem em locais variados; 15% dos participantes declararam que os eventos e feiras acontecem próximos apenas de seu local de trabalho e; nenhum participante selecionou a opção que indica que os eventos e feiras aconteçam próximos a sua residência.

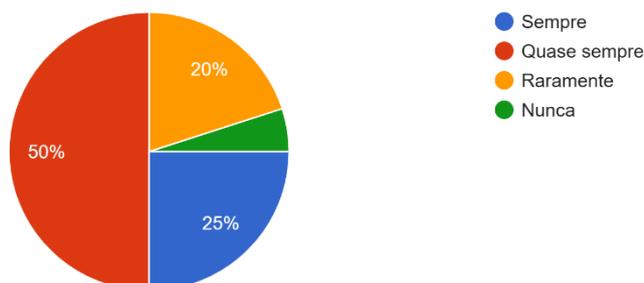
Eles costumam ser próximos à sua casa ou ao seu local de trabalho?
20 respostas



15. **“Com que frequência você participa de feiras ou eventos culturais?”**: Indica a frequência com que o respondente participa de feiras ou eventos culturais.

25% dos participantes indicaram que sempre participam dos eventos e feiras que acontecem na cidade; 50% indica que participa quase sempre; 20% indica que raramente participa e; 5% indica que nunca participa de eventos culturais e feiras.

Com que frequência você participa de feiras ou eventos culturais?
20 respostas



16. **“Qual a importância dessas feiras e eventos culturais para o seu trabalho?”**: Descreve a importância das feiras e eventos culturais para o trabalho do respondente.

Dentre os motivos citados estão: se conectar com outros empreendedores e com o próprio público; conectar movimentos sociais e escola rumo a formação de sujeitos críticos à ordem vigente; fomentar o cenário artístico local e portanto, a realização de mais eventos e feiras; buscar sempre novas receitas, visual novo embalagens para complementar a renda; oxigenar a mente e reconectar com os movimentos da juventude; as vendas aumentam relativamente em eventos culturais; trocas de conhecimento, geração de renda, espaço de cultura e lazer; expandir e obter conhecimentos e conexões artísticas; gerar economia pra cidade e; são a parte prática e de exposição do meu trabalho.

17. **“Como o seu trabalho se relaciona com estas feiras e eventos culturais? Cite exemplos.”**: Explica como o trabalho do respondente se relaciona com feiras e eventos culturais, incluindo exemplos específicos.

É possível observar diferentes relações entre os trabalhos exercidos pelos participantes da pesquisa e os eventos culturais, mostrando as diferentes formas de manifestação da economia criativa.

Alguns exemplos citados são: "sou educador, é um momento que encontro muitos alunos, ex-alunos, familiares em espaços e eventos culturais da cidade. Para mim é importante para fortalecimento do vínculo e entendimento de quais pessoas que trabalham que conseguem acessar os equipamentos culturais da cidade"; "realizo a cobertura audiovisual de feiras e eventos culturais, além de realizar trabalhos em redes sociais que envolvem design, edição de vídeos e planejamento, com o intuito de divulgar o evento ou sua marca na internet"; "ministro workshops, organizo batalhas e shows, trabalho como jurado, as vezes como mestre de cerimônia, faço pré-produção, produção e pós-produção"; "esses eventos criam uma rede de apoio entre agentes da economia criativa que podem, se apoiar, trocar serviços, facilitar acessos e etc."; "participações com batalhas de rima ou apresentação DJ" e; "shows, apresentações, palestras".

18. **“Quais são esses eventos culturais e feiras que você participa? Cite exemplos.”**: Lista exemplos de eventos culturais e feiras em que o respondente participa.

Entre os exemplos de eventos culturais citados podemos encontrar: eventos musicais diversos (teatro, casa de espetáculos, bares, eventos públicos ao ar livre etc) ; feiras de artes e artesanato; peças de teatro, espetáculos de dança; cinema; Sanca hip-hop, festa na rua rochedo de ouro, feira orgânica, aniversário da cidade, chorando sem parar, festival contato, etc.; Rap na Estação, Hip Hop Salva, Feira da economia solidaria, Feira da diversidade entre outros; Feira de economia solidária, batalhas de rima, saraus de poesia, shows de bandas.

Os dados são coletados de indivíduos que trabalham em diferentes segmentos da economia criativa e participam de eventos culturais variados. As respostas fornecem insights sobre a experiência dos profissionais, a relevância de eventos culturais em suas atividades e a integração de suas práticas de trabalho com a economia criativa.

Resultados e Discussão

1. Perfil dos Participante

- Idade: Os participantes variam de 19 a 69 anos, com maior concentração nas faixas etárias de 24, 33 e 37 anos.
- Cidade Natal: 47,6% nasceram em São Carlos. Outros nasceram em cidades do estado de São Paulo e em outros estados.
- Tempo de Residência: 52% moram em São Carlos desde o nascimento. Outros se mudaram para a cidade em diferentes fases da vida.

2. Atividades Econômicas

- Profissões: Os participantes atuam em diversas áreas, como educação, vendas, serviços e cultura. Exemplos incluem educador, artesão, músico, produtor de eventos e tatuador.
- Sustento: 60% dependem principalmente de suas atividades na economia criativa para sua renda. Outros complementam a renda com atividades variadas.

3. Eventos Culturais

- Participação: 25% sempre participam de eventos culturais, 50% participam quase sempre, 20% raramente e 5% nunca participam.
- Proximidade: Apenas 15% indicam que os eventos acontecem próximos ao seu local de trabalho, e nenhum indica proximidade à residência.
- Importância: Os eventos são cruciais para a criação de redes, visibilidade, e aumento de vendas. Eles também promovem o intercâmbio cultural e fortalecem os vínculos comunitários.

CONCLUSÃO

A economia criativa em São Carlos é diversa e significativa para os participantes da pesquisa. A maioria dos trabalhadores depende desta atividade para sua renda e vê os eventos culturais como essenciais para seu desenvolvimento profissional e econômico. Estes eventos não apenas oferecem oportunidades de venda, mas também de conexão com outros profissionais e com o público, criando um ambiente propício para a inovação e o crescimento.

Recomendações

Para fomentar ainda mais a economia criativa em São Carlos, sugere-se:

- **Apoio Institucional:** Políticas públicas que incentivem a realização de eventos culturais em diferentes regiões da cidade.
- **Infraestrutura:** Melhoria da infraestrutura para a realização de eventos, facilitando o acesso tanto para os profissionais quanto para o público.

- **Capacitação:** Programas de capacitação e formação para os trabalhadores da economia criativa, fortalecendo suas habilidades e conhecimentos.
- **Promoção:** Aumento da divulgação dos eventos culturais para atrair maior participação do público e incentivar a economia local.

Esta análise evidencia a importância da economia criativa e dos eventos culturais em São Carlos, mostrando a necessidade de um ambiente que apoie e valorize esses profissionais para promover o desenvolvimento econômico e social da cidade.

O estudo confirma a importância da economia criativa para o desenvolvimento socioeconômico das periferias urbanas, destacando a necessidade de políticas públicas que incentivem e apoiem essa área. A economia criativa não só gera emprego e renda, mas também promove a inclusão social e a inovação. Os principais desafios identificados incluem a falta de infraestrutura adequada e de programas de capacitação. Portanto, recomenda-se a implementação de políticas que facilitem a realização de eventos culturais, a melhoria da infraestrutura e o aumento da divulgação dos eventos para atrair mais público e fomentar o desenvolvimento econômico local. As futuras pesquisas podem explorar mais a fundo a interseção entre a economia criativa e outros setores econômicos, bem como o impacto de diferentes tipos de políticas públicas na promoção da economia criativa nas periferias urbanas.

Referências bibliográficas:

Bendassolli, P., Wood Jr, T., Kirschbaum, C., & Cunha, M. (2009). Economia criativa: Um estudo da produção acadêmica brasileira. **Revista de Administração de Empresas**, 49(4), 420-433.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. **Basic Books**.

Fonseca Reis, A. C. (2003). *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O Caleidoscópio da Cultura*. **Manole**.

Gil, G. (2012). *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento*. **Global Trends**.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. **Penguin**.

Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. **Random House**.

Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. **Earthscan**.

Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (2nd ed.). **Earthscan**.

Lopes, J. (2017). A Cultura e a Criatividade como Ferramentas de Inclusão Social nas Periferias Urbanas. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, 19 (1), 89-106.

McRobbie, A. (2016). *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. **Polity**.

Melito, L. (2011). *Economia Criativa: Conceito e Desafios*. **Cultura e Mercado**.

Miguez, P. (2007). A Economia da Cultura. **Em Questão**, 13 (2), 153-163.

Ministério da Cultura. (2011). *Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações 2011-2014*. **Ministério da Cultura**.

Pratt, A. C. (2008). Creative cities: The cultural industries and the creative class. **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography**, 90 (2), 107-117.

Pratt, A. C. (2011). The Cultural Contradictions of the Creative City. **City, Culture and Society**, 2 (3), 123-130.

Pratt, A. C. (2012). A Política Cultural e a Economia Criativa: Reflexões sobre o Conceito de Criatividade. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 96, 37-48.

Reis, A. C. F. (2008). *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento*. **Autêntica**.

Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. **Princeton University Press**.

Singer, P. (2002). *Introdução à Economia Solidária*. **Fundação Perseu Abramo**.

Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. **Cambridge University Press**.

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy towards Informed Policy-making*. **United Nations Conference on Trade and Development**.

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010: Creative Economy - A Feasible Development Option*. **United Nations Conference on Trade and Development**.



UNCTAD. (2018). Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries. **United Nations Conference on Trade and Development**.

UNESCO. (2013). Creative Economy Report 2013: Widening Local Development Pathways. **United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization**.

Wachowicz, S. (2011). A Economia Criativa e os Territórios Criativos: Reflexões sobre o Desenvolvimento Regional. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, 7 (2), 222-239.