

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE BACHARELADO

Economia Criativa na Comunidade da Mangueira: Estudo de Caso da EcoModa

Ygor Freire da Silva

Matrícula nº: 112080261

Orientadora: Dalia Maimon Schiray

Abril 2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

INSTITUTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE BACHARELADO

Economia Criativa na Comunidade da Mangueira: Estudo de Caso da EcoModa

Ygor Freire da Silva

Matrícula nº: 112080261

Orientadora: Dalia Maimon Schiray

Abril 2018

As opiniões expressas neste trabalho são da exclusiva responsabilidade do autor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que me ajudaram a chegar a esse momento tão importante da minha vida, desde a minha família até os amigos que fiz na faculdade e me auxiliaram em alguns momentos em que precisei de apoio.

Sou eternamente grato a todas as pessoas que fizeram parte de todo esse processo de aprendizagem: meus professores, especialmente a Lucia Kubrusly e Reinaldo Gonçalves, durante a graduação, meus colegas de classe, os funcionários da foto copiadora, a secretária Anna Lucia e a todos os funcionários que, com o seu esforço, mantém o campus ativo. Todos nós passamos por alguns momentos conturbados no Instituto de Economia durante esses anos, mas conseguimos superar.

Um agradecimento especial para as professoras Dalia Maimon Schiray e Cristine Carvalho, que abriram as portas desse projeto para que alunos de graduação pudessem conhecer melhor o tema da economia criativa e pensar um pouco além do que aprendemos na sala de aula. Dalia sempre foi solícita e me ajudou na elaboração desse trabalho, serei eternamente grato por toda a paciência, a conclusão do curso não seria possível sem a sua dedicação.

Por último, gostaria de agradecer a minha namorada Amanda que sempre me ajudou nos momentos que mais precisei, tanto em situações boas como nas ruins. Espero que esse passo que dou em minha vida seja mais um de muitos que ainda darei ao seu lado.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar, através do estudo de caso do o projeto EcoModa, os polos criativos encontrados na região da Mangueira, detalhando seu caráter sustentável e sua mobilização na capacitação técnica da comunidade. Os pressupostos da pesquisa são que as atividades de economia criativa potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual, os produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis possuem valor econômico e objetivos de mercado e há interface entre os setores artísticos, de serviços e industriais. Neste contexto, analisa-se a relação entre os projetos de economia criativa e a G.R.E.S Estação Primeira de Mangueira, principal geradora de empregos e renda na localidade. Este estudo do potencial criativo de áreas de baixa renda não é abordado na literatura internacional sobre territórios criativos e pode contribuir para avaliação de uma estratégia de expansão do emprego formal e informal nestes locais.

Palavras chaves: economia criativa, Mangueira, capacitação técnica, sustentabilidade, ecodesign.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze, through the case of the EcoModa project, the creative poles in the Mangueira region, detailing its sustainable character and its mobilization in the professional qualification of the community. The assumptions of the research are that creative economy activities potentially generate sales revenues and intellectual property rights, tangible products and intellectual or intangible artistic services have economic value and market objectives and there is interface between the artistic, service and industrial sectors. In this context, the relationship between the creative economy projects and the G.R.E.S Estação Primeiro de Mangueira, the main generator of jobs and income in the locality is analyzed. This study of the creative potential of low income areas is not addressed in the international literature on creative territories and can contribute to the evaluation of a strategy of expansion of formal and informal employment in these places.

Key words: Creative economy, Mangueira, professional qualification, sustainability, ecodesign.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 7 |
| CAPÍTULO I - ECONOMIA CRIATIVA E TERRITÓRIO CRIATIVO | 10 |
| I.1 Contexto e teoria de economia e território criativos | 10 |
| I.1.1 Território criativo | 13 |
| I.1.2 – Economia criativa no Brasil | 15 |
| I.2 - Contexto e experiências internacionais..... | 17 |
| I.2.1 – Caso australiano | 18 |
| I.2.2 – Caso britânico | 19 |
| I.3 - Política pública e sua importância | 21 |
| CAPÍTULO II -ESTUDO DE CASO NA FAVELA DA MANGUEIRA | 23 |
| II.1 – Características do território | 23 |
| II.2 - Economia criativa na Mangueira..... | 27 |
| II.2.1 - EcoModa e sustentabilidade | 28 |
| II.2.2 - Arte Viva e Mangueira do Amanhã | 32 |
| CONCLUSÃO | 36 |
| Anexo I: Questionário | 39 |
| Anexo II: Mapeamento dos projetos na Mangueira..... | 49 |
| Anexo III: Setor Criativo Criações Funcionais..... | 53 |
| Anexo V: Parcerias fora/dentro da Mangueira | 56 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 59 |

INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado da minha participação como bolsista na chamada N.º 80/2013 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e o Ministério da Cultura – MinC por intermédio da Secretaria de Economia Criativa – SEC. Tal chamada foi coordenada pela prof. Dalia Maimon Schiray e desenvolvida no LARES/IE/UFRJ (Laboratório de Responsabilidade Social).

O objetivo do referido estudo é a promoção da inovação na área de pesquisa da Economia Criativa, enfatizando a inclusão produtiva. A área da Mangueira foi selecionada por ser um dos bairros próximos ao principal evento nacional ocorrido na época da pesquisa (Estádio do Maracanã) durante a Copa do Mundo de 2014. A hipótese era de que, com o aumento do fluxo de turistas e do grande aumento de capital investido na região pelo poder público, a economia da Mangueira seria dinamizada. A G.R.E.S. Estação Primeira de Mangueira teria uma relação mais próxima com o projeto EcoModa, por exemplo, com o intuito de solicitar mais produtos vindo do projeto sustentável, gerando mais renda e emprego na região. A pesquisa também é voltada a esse local por conta dos baixos índices de IDH e pouca presença do serviço público.

O objetivo geral desta monografia é observar o caráter sustentável e de capacitação profissional para os moradores do projeto EcoModa e o nível de sua relação com a escola de samba da Mangueira, através do fornecimento ou não de fantasias sustentáveis, e qual a dinâmica estabelecida de fornecimento ou troca de materiais.

Os objetivos específicos seguem a linha do proposto pelo projeto da chamada do Ministério da Cultura, com um foco maior voltado à EcoModa, sendo estes: mapeamento de outros empreendimentos da economia criativa na Mangueira, mapeamento da ligação da EcoModa com outros projetos, analisar possíveis melhorias por causa de grandes eventos ocorridos em local próximo, identificação de possíveis limitações no desenvolvimento da economia criativa na região e entender a qualificação profissional dos moradores através desses polos.

Os pressupostos da pesquisa são que as atividades de economia criativa potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual, os produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis possuem valor econômico e objetivos de mercado e há

interface entre os setores artísticos, de serviços e industriais (UNDP/UNCTAD, 2010). Além disso, a economia criativa contemplaria as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição, circulação, difusão e consumo de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica (Brasil, 2012). Outros pressupostos são de que os polos de atividades criativas apresentam convergências de atuação, concentração setorial de iniciativas e adensamento empresarial. E que, conforme literatura internacional no tema, dentre os fatores que impulsionam o potencial criativo local está a disponibilidade de infraestruturas básicas (tais como saneamento, transporte e segurança), a presença de elevado capital humano relacionado à nível educacional; e o acesso à tecnologia de redes.

As hipóteses relacionadas a esse trabalho são que, por conta das características da Mangueira, as empresas relacionadas aos setores criativos da economia são proeminentes. A Mangueira, cuja escola de samba já é um ponto turístico, e o Centro Cultural Cartola, local que reconhece o samba como patrimônio cultural imaterial nacional, são destaques nesse sentido.

Outra hipótese é de que a presença de um grande evento pode alavancar as vendas de um projeto como a EcoModa, gerando renda e emprego para a região. Pois a melhoria na reestruturação urbana, através de obras de melhoria no território, ajudaria no turismo e, consequentemente, no consumo de produtos e serviços na comunidade.

A metodologia utilizada para o trabalho foi através de revisão bibliográfica em um primeiro momento, abordando os principais autores brasileiros e internacionais sobre o tema de Economia Criativa e Territórios criativos. Foram, também, analisados os documentos publicados pela Secretaria de Economia Criativa do MinC e a metodologia de avaliação/identificação de pólos, material desenvolvido pela consultora Selma Santiago Lima, consultora da UNESCO para a Secretaria de Economia Criativa; e o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, realizado pela FIRJAN (2012).

A segunda parte do trabalho teve a sua metodologia baseada em uma pesquisa de campo, onde houve visita ao responsável pelo projeto EcoModa e foi aplicado um questionário sobre pontos a serem levantados. Esta monografia está dividida em 4 capítulos. Inicia-se com esta introdução onde se apresenta o contexto, a justificativa os objetivos e metodologia. No primeiro

capítulo elabora-se uma revisão bibliográfica dos principais autores sobre a Economia Criativa, tanto em relação às experiências internacionais (Austrália e Reino Unido), como os autores brasileiros. Além da exposição de autores que apontam estudos de casos, há um levantamento sobre as diferentes visões do conceito de território criativo, ou seja, visões diferentes de como se caracteriza e se relaciona. Ao final desse primeiro capítulo, há uma contextualização sobre a cultura brasileira e a importância de políticas públicas na implementação de projetos de cultura, em geral, no Brasil.

O segundo capítulo apresenta os resultados do estudo de caso, através da pesquisa feita em campo. São levantados dados sobre a região da Mangueira e a escola de samba, além de outros projetos mapeados durante a pesquisa e se eles se relacionam entre si. Além disso, há a exposição sobre o projeto EcoModa e suas características, principalmente o seu lado sustentável e de capacitar profissionais. Há uma análise sobre a ligação entre a escola de samba e o projeto de economia criativa. Além de uma breve discussão sobre os efeitos da Copa do Mundo na região da Mangueira e nos empreendedores e a explanação de outros projetos que são apoiados pela UERJ, ajudando no desenvolvimento profissional dos moradores, através da Arte Viva.

Finalmente, na conclusão, uma análise final sobre o estudo de caso, apontando as conexões existentes entre as atividades produtivas criativas e as suas ligações e origens com o patrimônio imaterial existente na Mangueira. Além disso, a conclusão aborda as redes de setores criativos presentes no bairro e de que forma eles se conectam, buscando minimizar as falhas de infraestrutura. Por fim, há uma análise de como o Instituto EcoModa está inserido nessas redes e sua importância para a comunidade.

CAPÍTULO I - ECONOMIA CRIATIVA E TERRITÓRIO CRIATIVO

1.1 Contexto e teoria de economia e território criativos

O conceito de economia criativa surgiu no início do século atual em meio a grandes transformações da economia mundial. Essas podem ser entendidas pela intensificação da importância do conhecimento como recurso do sistema de produção. Conceitos como criatividade e inovação tornaram-se indispensáveis para uma econômica competitiva. Dentro dela, são as ideias, tendo como base a utilização das novas tecnologias, que se destacam como geradoras de riquezas e de transformações sociais. De acordo com Jeremy Rifkin (2005, p. 11), “São os conceitos, as ideias, as imagens, e não mais as coisas, que têm verdadeiro valor na nova economia. São a imaginação e a criatividade humanas, e não mais o patrimônio material, que encarnam doravante a riqueza”. No mundo contemporâneo, diante da era da informação, sistemas como produção em massa se tornaram defasados. É preciso inovar para agregar valor.

“As expressões indústrias criativas e economia criativa são novas. Ainda que ambos os termos possam ser alcançados pelo expressivo debate que as várias disciplinas científicas travam à volta do que é chamado de “terceira revolução industrial” e, por extensão, estejam conectados com a variada gama de denominações que tentam capturar o paradigma de produção da sociedade contemporânea - sociedade pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação ou do aprendizado - o certo é que, querendo significar um setor da economia ou almejando tornar-se um campo específico do conhecimento, não deixam de constituir-se em uma novidade bastante recente. Na linguagem da academia, pode ser dito, então, que indústrias criativas e economia criativa configuram um campo de conhecimento pré-paradigmático, ainda que em rota ascendente e ritmo crescente de constituição.” (MIGUEZ, 2007, p. 96-97)

Mas como veremos na sequência desse capítulo, esse conceito de território criativo que surgiu nos países industrializados durante a década de 90 (abordaremos os casos de Reino Unido e Austrália), focado em modelos tecnológicos, será ampliado. O foco não será apenas nas indústrias criativas, mas também em outras áreas como patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais, etc.:

Figura 1: Setores criativos e suas atividades

| SETORES CRIATIVOS NUCLEARES MACRO-CATEGORIAS | ATIVIDADES ASSOCIADAS |
|---|---|
| A. Patrimônio natural e cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Museus • Sítios históricos e arqueológicos • Paisagens culturais • Patrimônio natural |
| B. Espetáculos e celebrações | <ul style="list-style-type: none"> • Artes de espetáculo • Festas e festivais • Feiras |
| C. Artes visuais e artesanato | <ul style="list-style-type: none"> • Pintura • Escultura • Fotografia • Artesanato |
| D. Livros e periódicos | <ul style="list-style-type: none"> • Livros • Jornais e revistas • Outros materiais impressos • Bibliotecas (incluindo as virtuais) • Feiras do livro |
| E. Audiovisual e mídias interativas | <ul style="list-style-type: none"> • Cinema e vídeo • Tv e rádio (incluindo internet) • Internet podcasting • Video-games (incluindo onlines) |
| F. Design e serviços criativos | <ul style="list-style-type: none"> • Design de moda • Design gráfico • Design de interiores • Design paisagístico • Serviços de arquitetura • Serviços de publicidade |

Fonte: UNESCO (2009 apud SCHIRAY, 2017).

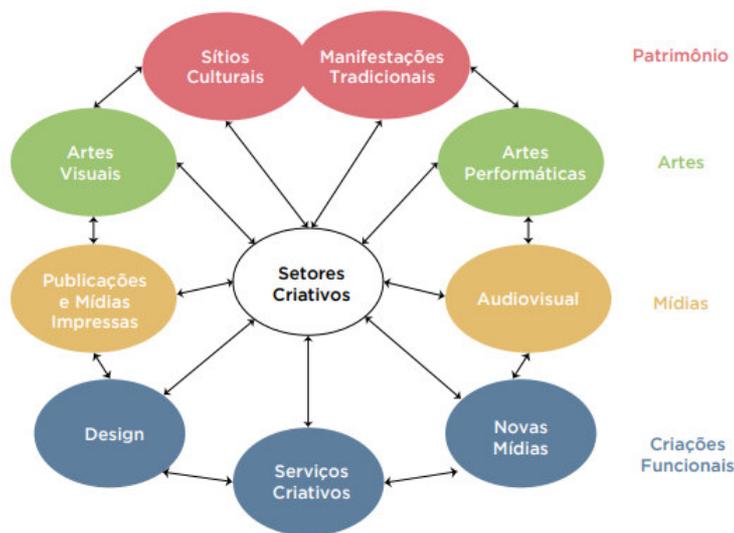
Segundo Muller (2013, on-line), a economia criativa engloba “áreas em que a qualidade e o valor do trabalho dependem do talento das pessoas que o fazem, e não do tamanho da empresa e da quantidade de capital que ela possui”.

Já Reis diz que o conceito de economia criativa “embora venha sendo amplamente discutido, é um processo em elaboração, pois envolve contextos culturais, econômicos e sociais diferentes” (REIS, 2008, p.9). Ou seja, não há uma definição padrão pois, como veremos adiante, há diversas formas de fomentar o seu crescimento dependendo da magnitude e amplitude desejada. Por exemplo, há o incentivo de forma local quando o objetivo é crescer uma determinada área e o seu alcance (localidades geralmente com poder aquisitivo abaixo e com potencial criativo elevado – as favelas, no caso do Rio de Janeiro) ou poderá optar por um programa maior, que envolve uma cadeia nacional (casos de Austrália e Inglaterra, por exemplo).

A principal linha de raciocínio é a de que a criatividade pode “gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico” (REIS, 2008, p. 24).

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU) as atividades econômicas criativas encontram-se no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia, compreendendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam o conhecimento e a criatividade como seus principais *inputs* (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2010). Atividades tais como turismo, gastronomia, artesanato, *design*, moda, arquitetura, etc., citadas anteriormente, podem ser enquadradas nessa definição, sendo estas atividades que tem como o insumo principal a criatividade.

Figura 2: Dinâmica dos setores criativos



Fonte: UNCTAD (2008) e Plano da Secretaria da Economia Criativa (2012)

Um papel importante levantado pelo relatório é a possibilidade do desenvolvimento social a partir da diversificação das suas áreas e “setores da economia criativa podem contribuir muito para o crescimento e a prosperidade, especialmente no caso dos países em

desenvolvimento que estejam buscando diversificar suas economias e construir resiliência para futuras crises econômicas” (UNCTAD, 2010, p. 15). Ou seja, uma situação que encaixaria justamente no que vive o Brasil.

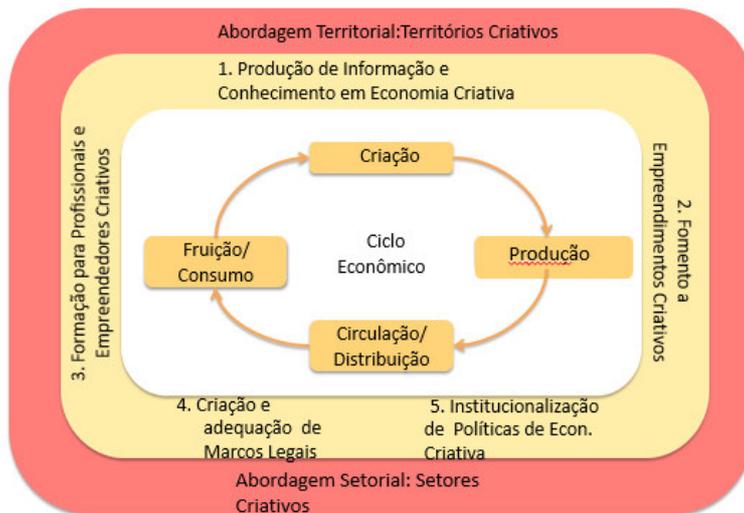
I.1.1 Território criativo

Torna-se primordial destacar a mudança no pensamento após os conselhos da UNESCO, contrapondo o conceito de território criativo, pois o entendimento de autores anteriores era de APLs (Arranjos Produtivos Locais), ou seja:

“Uma aglomeração de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa. As principais dimensões de um APL são: a dimensão territorial (os atores do APL estão localizados em certa área onde ocorre interação), a diversidade das atividades e dos atores (empresários, sindicatos, governo, instituições de ensino, instituições de pesquisa e desenvolvimento, ONGs, instituições financeiras e de apoio), o conhecimento tácito (conhecimento adquirido e repassado por meio da interação, conhecimento não codificado), as inovações e aprendizados interativos (inovações e aprendizados que surgem com base na interação dos atores), e a governança (liderança do APL, geralmente exercida por empresários ou pelo seu conjunto representativo – sindicatos, associações).” (SEBRAE, 2017, online).

Seguindo essa definição anterior, o território criativo só seria presente em um local com disponibilidade de recursos financeiro e intelectual (relacionando-se com a ideia de o ramo tecnológico e industrial ser dependente do lucro), sendo assim, uma comunidade carente no Rio de Janeiro não poderia ter polos de economia criativa, não haveria criação e distribuição de renda, muito menos o desenvolvimento da área. E, além disso, a “empresa” teria que manter vínculos necessariamente com outras. As manifestações culturais, por exemplo, contrapõem, em certos pontos, o conceito definido de Arranjos Produtivos Locais.

Figura 3: Ciclo econômico em um território criativo



Fonte: Framework (UNESCO, 2009) in Dalia Maimon Schiray, 2017.

Os principais autores dessa ideia embrionária de territórios e cidades criativas foram Landry e Bianchini (1995), trazendo à tona o desenvolvimento urbano que o Reino Unido atravessava na época, fruto do crescimento das Indústrias Culturais. Segundo esses autores, o foco seria a adaptação da cidade, com foco nos retornos financeiros oriundos das atividades culturais.

Já Florida sugere que o foco deve ser outro, a criatividade é o que move a economia e gera inovação. Ou seja, indivíduos criativos “engajam-se em trabalhos cuja função é a de criar novas formas significativas” (Florida, 2003, p.8), impulsionando a economia e criando uma rede de desenvolvimento.

As ideias de Landry e Florida (1995) complementam-se em volta do conceito de cidades criativas (ou território criativo) propriamente ditas, porém há outros autores que refutam esse conceito, Borén & Young (2013), por exemplo, acreditam numa análise mais a fundo, incluindo manifestações culturais, levando em conta também o patrimônio imaterial. Dessa maneira, também haveria o estudo da origem dessas manifestações, assim como elas são alteradas ao longo

tempo, a relação social, artística e financeira no gerenciamento do território, as continuidades e descontinuidades dos eventos e os contextos do país e no exterior. Ou seja, os autores mais recentes sobre economia criativa defendem uma análise muito mais ampla, colocando à tona as particularidades de cada local e como é a origem social dessas manifestações.

Tendo essa análise de Borén & Young (2013), é possível detectar toda a rede que se comunica com o projeto criativo, não só no aspecto financeiro, mas, principalmente e especialmente, nas esferas social, cultural e política. A crítica desses autores é feita justamente pelo aspecto que os antigos traziam para o tema, com conceitos neoliberais de busca do lucro, sem se importar com os riscos negativos de bem-estar social.

Para facilitar o entendimento, e buscando um paralelo com a situação atual do Rio de Janeiro, a ideia de Landry e Florida (1995) de território criativo seria tornar uma cidade atrativa para investimentos de cultura. O projeto Porto Maravilha, por exemplo, seria uma boa iniciativa para esses autores. Porém, para Borén & Young (2013), deverá haver uma análise social e os impactos de uma intervenção grande em um território que já é potencialmente criativo, e não depende dessas iniciativas para o desenvolvimento.

Segundo Schumpeter (1942), as inovações dos empresários são a força principal do crescimento econômico sustentado a longo prazo, reduzindo o monopólio do poder, através da “destruição” de grandes corporações.

Schumpeter (1942) estabelece como as principais formas de inovação: a introdução de novos produtos, de novos métodos de produção, na abertura de novos mercados, no desenvolvimento de novas fontes de suprimento para matérias primas e outros insumos e na criação de novas estruturas de mercado em uma indústria.

I.1.2 – Economia criativa no Brasil

Vale ressaltar o fato dessa área de estudos estar, ainda, numa fase embrionária. No Brasil, a temática da economia e indústrias criativas surgiu apenas a partir de 2004, durante a XI Conferência da UNCTAD, em São Paulo, em um Painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento (UNCTAD, 2004). Tal evento foi um marco na trajetória do tema no país.

Figura 4: Pilares da economia criativa no Brasil



Fonte: Framework (UNESCO, 2009)", Dalia Maimon Schiray, 2017.

Diversidade Cultural seria para valorizar, proteger e promover a diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento. Inclusão social para garantir a inclusão integral de segmentos da população que em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e empreendimentos criativos. Sustentabilidade para promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica. Inovação para fomentar práticas de inovação em todos os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais. (BRASIL, 2011-2014).

As indústrias criativas são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários, constituem um conjunto de atividades, focadas, entre outras, nas artes, potencialmente gerando receitas e

Comentado [R1]: Verificar se não é o mesmo caso da Figura 1.

Se, no caso, trata-se de uma referência direta da UNESCO dentro do trabalho de Dalia Maimon Schiray, 2017, o correto de acordo com a norma ANBT 10520 é

UNESCO (2009 apud SCHIRAY, 2017, p. 00).

O quadro sendo uma cópia literal do conteúdo da UNESCO é uma citação direta, assim, coloca-se a página obrigatoriamente.

propriedade intelectual diretos. São serviços intelectuais ou artísticos com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado, estão no cruzamento entre o artesão, serviços e setores industriais e constituem um novo setor dinâmico no mundo (UNCTAD, 2008).

Além de Reis (2008) e, outros autores estudaram sobre o tema da economia criativa no Brasil, como Lima (2012), que acreditava na questão da iniciativa empreendedora (adensamento empresarial), onde o aumento dos autônomos gera uma cadeia de mudanças, influenciando no crescimento de postos de trabalho e, conseqüentemente, de renda. Complementando a ideia da primeira autora, na qual alguns critérios seriam necessários para um ambiente criativo (conexão, mobilidade, tecnologia, talento, inovação, tolerância, convergências de atuação, concentração setorial e adensamento empresarial).

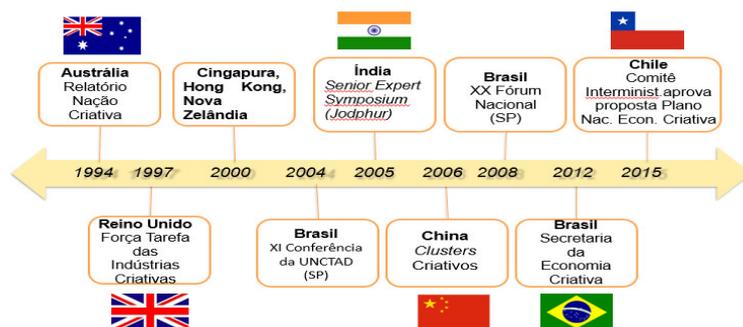
Celso Furtado (Brasil, 2012) também abordou a economia criativa em um de seus trabalhos, mais especificamente a economia da cultura, na qual a expansão cultural e a capacidade de criar direcionadas para a economia ajudariam a solucionar os problemas gerados pelas incertezas e desafios do modelo capitalista.

Tolila (2007), no entanto, faz um contraponto aos autores tradicionais, em sua tese, enquanto a economia tradicional preza pela demanda, se produz para suprir alguma necessidade, a economia da cultura é guiada pela oferta. Ou seja, o artista produz sua música ou seu filme sem que haja uma demanda conhecida e a oferta no mercado.

1.2 - Contexto e experiências internacionais

Em outros países, contudo, o tema não é tão recente. Há dois casos fora da América do Sul em que a experiência de fomento ao desenvolvimento criativo não foram só bem-sucedidos, como mostraram que o investimento público tem um papel importantíssimo no crescimento dessas atividades. Na Austrália, houve o incentivo para a arte local, através da DFAT (*Department of Foreign Affairs and Trade*), com políticas bem definidas de investimento.

Figura 5: Linha do tempo da economia criativa no mundo



Fonte: Framework (UNESCO, 2009) Dalia Maimon, 2017.

I.2.1 – Caso australiano

A primeira política de importância foi implementada nesse país no início da década de 90. O governo do partido dos trabalhadores australiano, que ocupava o poder na época, decidiu lançar um documento que incentivava o investimento de recursos nas indústrias criativas, principalmente por trazer elementos culturais para esses novos setores que surgiam. Porém, na eleição seguinte, assume um governo mais liberal no país da Oceania e, com isso, essa nova forma de crescimento cultural é abandonada. A consequência é que não seria mais uma política nacional, e sim regional. As cidades australianas continuavam a absorver e estimular as ideias do documento, porém o território extenso dificultava uma propagação maior da economia criativa (MADEIRA, p.107).

Outra importante política pública que ajudou ao desenvolvimento da área foi a *Australia Council* (Conselho de Artes do Governo da Austrália), elaborada na década de 1970. Ela foi responsável por gerenciar e direcionar os recursos recebidos para cultura e apoiar as diferentes vertentes criativas.

De acordo com o relatório anual disponibilizado pelo governo australiano, foram investidos diretamente 177,1 milhões de dólares australianos durante o biênio 2016-2017, sendo

que mais da metade desses recursos foi destinada para empresas conhecidas como “Artes principais”, que são 28 companhias de dança, teatro, circo, etc., selecionadas pelo conselho de administração para gerenciar o financiamento das grandes indústrias criativas no país.

O restante da quantia é repassado para ajudar em subsídios oferecidos para empresas menores, iniciativas diretas do governo e, em menor proporção, dividido entre empresas de pequeno e médio porte que apoiam o desenvolvimento do setor.

O mapeamento dos polos de economia criativa australianos revelou que a maioria dos recursos são destinados na parte sudeste do país, ou seja, na região que estão as cidades mais ricas, quase metade de todo o financiamento (47%) é alocada nessa área (Annual Report, pág. 24, online).

O caso australiano foi escolhido para ser o primeiro a ser demonstrado pois o seu território extenso e as características das bases das indústrias criativas assemelham-se aos encontrados no território brasileiro. A dificuldade em expandir uma política nacional de promoção do setor e a não valorização da cultura nacional expõem as diferenças dos dois países. O investimento público, como mostrado no caso da Austrália, é peça chave para o incentivo à economia criativa.

Porém, a Austrália não é o caso de maior sucesso em promoção do setor. O Reino Unido, através também de suas políticas públicas, conseguiu desenvolver e transformar o setor criativo como responsável por 7% da economia britânica (Creative Britain, 2008).

1.2.2 – Caso britânico

O caso britânico tem uma participação ainda maior do poder público, pois houve a motivação política das eleições em 1997 por parte do partido dos trabalhadores (inclusive com a criação de um ministério específico, o Ministério das Indústrias Criativas e do Turismo). Essa mobilização pública proporcionou que as cidades britânicas pudessem desenvolver as suas áreas criativas, mais destacadamente o cinema e os seus festivais de música. As principais cidades beneficiadas por esse crescimento foram também as mais conhecidas, como Manchester e Londres. Esse fato se deve também pelo caráter turístico dessas cidades, principalmente a capital

britânica, muitos estrangeiros encontraram no país a possibilidade e o ambiente para o desenvolvimento de suas invenções/artes.

Tabela 1: Empregabilidade da economia criativa nas principais cidades do mundo

| Cidade | Ano | População (milhões) | População cidade / População país (%) | Empregabilidade na área da cultura (x1000) | Participação da cidade no emprego nacional na área cultural (%) |
|-------------|------|---------------------|---------------------------------------|--|---|
| Londres | 2002 | 7,371 | 12,4 | 525 | 23,8 |
| Montreal | 2003 | 2,371 | 7,4 | 98 | 16,4 |
| Nova Iorque | 2002 | 8,107 | 2,8 | 309 | 8,9 |
| Paris | 2003 | 11,130 | 18,5 | 113 | 45,4 |

Fonte: OCDE (2017).

Segundo Meleiro e Fonseca (2012): “É comum a todas elas a existência de um edifício dedicado ao abrigo de agências de desenvolvimento local de indústrias criativas, comportando atividades de pesquisa, financiamento, fomento, treinamento e formação de profissionais em diversas áreas e incubação de negócios. Os espaços contam ainda com uma estrutura aberta ao público em geral para a fruição de obras de arte, cinema, teatro e café, com uma agradável atmosfera de cultura e entretenimento. O edifício pode ser uma indústria desativada, cujas instalações passaram por uma profunda renovação e adaptação para o novo programa arquitetônico”.

Assim sendo, uma característica importante para o desenvolvimento de polos criativos é a existência de um espaço físico, onde possa haver a criação e, principalmente, a troca de conhecimento e experiência entre os indivíduos.

Abrindo uma perspectiva específica para o caso do Brasil e, ainda mais, no Rio de Janeiro, é possível observar uma variedade de locais abandonados pela administração pública e que poderiam ser aproveitados como opções para desenvolvimento. Recentemente, observamos o aproveitamento de uma região abandonada da cidade (portuária), onde o objetivo foi a revitalização e a utilização dos terrenos por grandes construtoras.

Porém, além do local, é importante haver a proximidade com os centros comerciais das cidades, como foi observado nos casos analisados da Inglaterra (Londres) e Austrália (Melbourne). No caso brasileiro/carioca, como será abordado posteriormente, há a particularidade de o centro ser rodeado por comunidades e essas impulsionam os polos criativos, até mesmo pela ausência do poder público em fornecer locais.

Apesar de podermos mapear alguns pontos que podem ser similares ao brasileiro, há a diferença primordial de conceito de economia criativa. Enquanto no Reino Unido a principal motriz seria a tecnológica e na Austrália seria o investimento na cultura aborígene (artes visuais e design), o Brasil teria o seu foco nas manifestações tradicionais (ou culturais).

1.3 - Política pública e sua importância

Por tudo isso, fica evidenciada a necessidade de investir em políticas públicas que incentivem o uso da criatividade, característica marcante do brasileiro para o desenvolvimento de novas tecnologias, invenções e, assim, patentes de novos produtos, para que o país deixe de ser reconhecido como o país da “gambiarra”.

Conforme referenciado na primeira parte deste capítulo, o governo e a sua estrutura em criar políticas públicas foram ferramentas importantes para o crescimento da economia criativa em experiências bem-sucedidas na Europa e na Oceania. Uma das principais alternativas realizada pelo governo brasileiro em uma forma macro é a Lei Rouanet (Lei nº 8.313 do dia 23 de dezembro de 1991).

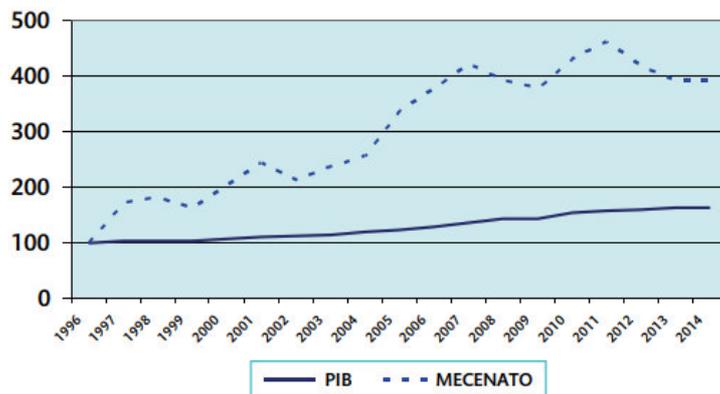
“Art. 1º Fica instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor de modo a:

- I - Contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- II - Promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;
- III - Apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;
- IV - Proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;
- V - Salvar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;
- VI - Preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;
- VII - Desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;
- VIII - Estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;
- IX - Priorizar o produto cultural originário do País” (Constituição da República Federativa do Brasil, 1991).

A lei tem o propósito de incentivar grandes e médias empresas a investirem diretamente em projetos de cultura, valores que seriam recolhidos em impostos. Ou seja, o governo, de certa forma, “privatiza” o gerenciamento dos projetos culturais.

Como vimos nos casos anteriores, o poder público teve a função de utilizar os recursos e escolher em quais áreas investir, no caso brasileiro, o empresariado decide em qual setor irá depositar os valores, com anuência do Ministério da Cultura. Apesar da grande importância da lei para investimento em áreas não prioritárias, recentemente há várias críticas para o programa por supostamente beneficiar artistas de grande porte, que teoricamente não precisariam desses recursos. Segue, abaixo, um levantamento feito pelo Ministério da Cultura com a quantia captada pela lei ao longo dos anos:

Gráfico 2: Evolução da captação de recursos entre 1996 e 2014 (1996 = 100)



Fonte: Sá Earp e Estrella (2016, p. 6).

Como visto acima, a Lei Rouanet é uma política pública encontrada pelo Ministério da Cultura para promover o incentivo a pequenos, médios e grandes expressões culturais, apesar das diversas críticas recebidas. “Enquanto o PIB cresceu 62%, o mecenato quadruplicou entre os anos de 1996 e 2014. Em 1996, a captação foi de cerca de 342 milhões de reais, enquanto que em 2014 esse valor saltou para aproximadamente 1.334 milhões de reais” (Sá Earp e Estrella, 2016).

CAPÍTULO II - ESTUDO DE CASO NA FAVELA DA MANGUEIRA

II.1 – Características do território

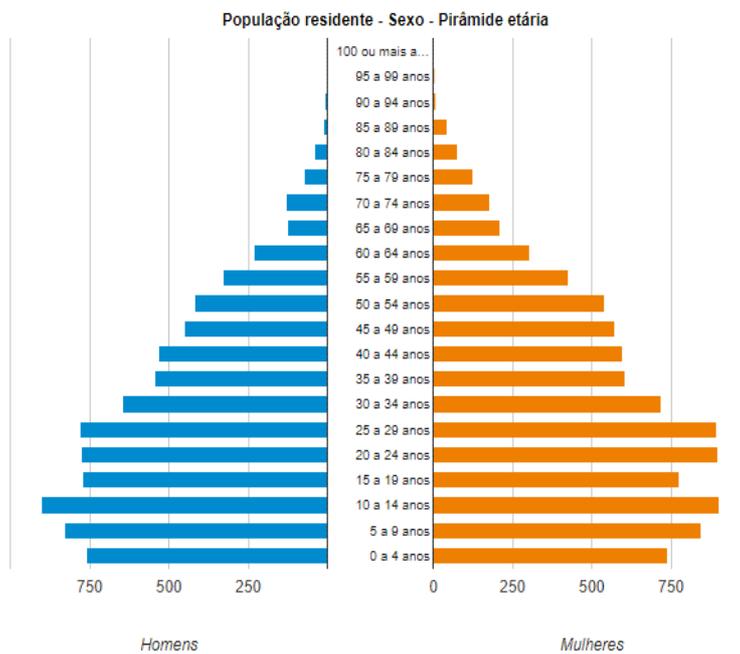
O presente capítulo apresenta o resumo da pesquisa, atendendo à chamada N.º 80/2013 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e o Ministério da Cultura – MinC por intermédio da Secretaria de Economia Criativa – SEC, com o intuito de promover a inovação na área de pesquisa em Economia Criativa com ênfase na inclusão produtiva, e a relação dos polos de capacitação técnica com a Mangueira, localizada no Rio de Janeiro, os seus moradores e a escola de samba G.R.E.S Estação Primeira de Mangueira. A importância desse nível de pesquisa deve-se ao fato de que a economia criativa é um setor pouco conhecido por grande parte da população e que envolve uma grande parcela do PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil, e conhecer esse tipo de economia pode ajudar o governo a tomar

algumas medidas macroeconômicas para desenvolver esses tipos de empreendimento de uma forma melhor. A metodologia da referida pesquisa se pautou em leitura de textos e visitas a campo e, com aplicação de questionários (Anexo I) nas entrevistas. O trabalho a seguir tem um foco maior no projeto EcoModa e o seu objetivo em servir como capacitação técnica e ter um viés sustentável.

Historicamente, as favelas do Rio de Janeiro têm bastante influência na economia do Estado. Muitos trabalhadores de baixa renda se deslocam para os principais centros da cidade e contribuem diretamente para a estabilidade econômica. Mas nos últimos anos, com o crescimento da economia, há uma demanda maior por mão-de-obra qualificada, tanto nas classes elitizadas quanto nas classes mais pobres. O morro da Mangueira, especificamente, representa bem essa parcela da população, já que é bem próxima ao principal centro comercial da cidade e também por possuir um grande tamanho territorial e, conseqüentemente, populacional.

Segundo dados do Censo 2010 do IBGE, a população da Mangueira era de 17.835 habitantes, sendo uma das maiores comunidades do Rio de Janeiro, ajudada por sua história em ter tido a primeira estação de trem após a Central do Brasil, tendo a seguinte proporção entre homens e mulheres:

Figura 6: Pirâmide etária na Mangueira em 2010



Fonte: IBGE (2010)

Como observado, há uma proporção maior de mulheres do que de homens (53,11% x 46,89%), situação observada na cidade também. Além disso, a população na Mangueira é, em sua grande parte, economicamente ativa.

Os projetos de capacitação técnica, como a *EcoModa*, *Art Cult*, Escola de Samba da Mangueira, etc., são feitos visando esse público alvo.

Outra particularidade dos morros da cidade é a forte presença da violência que faz com que tenha mais um *motivo* para a presença desses polos de ensino técnico. Há uma grande preocupação, tanto da população quanto das empresas, em desviar o foco dos jovens da criminalidade para o mercado de trabalho. Não apenas no ponto de vista de aumento na

disponibilidade de mão de obra, mas também, e principalmente, no desenvolvimento do micro empreendedorismo nessas regiões.

. É importante salientar que a comunidade sempre foi alvo de intervenções governamentais em busca de melhoria na qualidade dos serviços prestados, porém as mesmas eram sempre pontuais, pela proximidade de um importante ponto turístico (Estádio do Maracanã), havia uma preocupação em governos anteriores de realizar “limpezas visuais” para a imprensa e turistas. O caso mais emblemático foi durante o governo Garotinho, no Estado do Rio de Janeiro, no início dos anos 2000, onde apenas uma parte da comunidade foi revitalizada, justamente a parte mais próxima entre a comunidade e o complexo esportivo, e apenas essa área.

Apesar dessas ajudas pontuais e eleitoreiras, a construção de novas plataformas para as estações de metrô e trem homônimos à comunidade ajudaram na locomoção dos moradores, uma nova passarela ligando o Estádio do Maracanã à Quinta da Boa Vista foi outra melhoria notada por quem frequenta a região, apesar da restrição que houve por parte da segurança pública durante junho e julho de 2014.

Além das obras, a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, em parceria com a operadora de telefonia TIM, realizou o Projeto Agente de Transformação, com questionários feitos com os jovens da comunidade para entender as suas atividades, a ONG Art Cult também participou como parceira.

O projeto Cimento Social, do atual prefeito do Rio de Janeiro Marcelo Crivella, foi outro que agregou aos moradores alguns benefícios, como a ajuda de custo para a construção de novas moradias e/ou reformas. O atendimento era feito na antiga sede da Associação de Moradores da Mangueira.

Algumas obras de saneamento básico como escoamento de água e esgoto pela CEDAE também foram realizadas, além de regularização e melhoria nos serviços de luz fornecidos pela LIGHT. Além disso, projetos sociais da UPP (Unidade de Polícia Pacificadora), que eram aulas de lutas, futebol e leituras de livros também ganharam maior destaque durante o evento internacional de futebol.

A UPP Social, inclusive, foi um projeto em que era idealizado para ocorrer juntamente com a Unidade de Polícia Pacificadora, seguindo uma agenda do governo estadual na tentativa de

confrontar o tráfico de drogas nas comunidades. A repreensão policial teve sucesso em um primeiro momento, mas o caráter social que deveria ter vindo logo depois acabou não acontecendo.

Segundo o Conselho Estratégico de Informações da Cidade (2013, p.1),

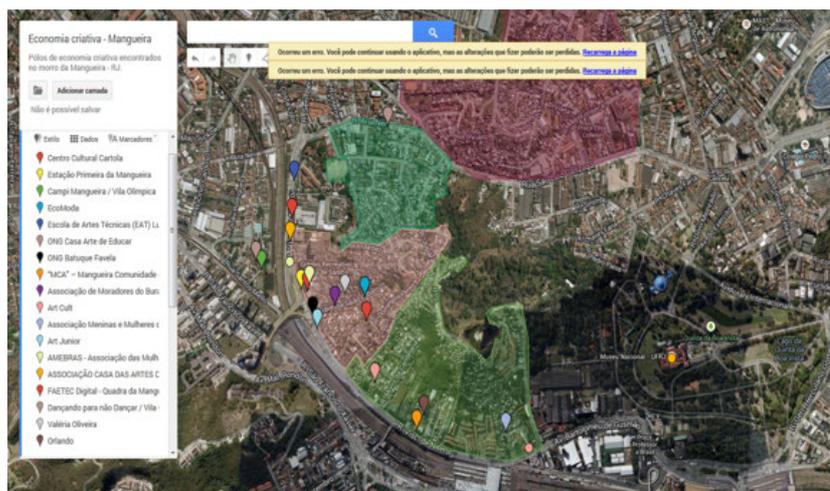
“a UPP Social é a estratégia da Prefeitura do Rio de Janeiro para a promoção da integração urbana, social e econômica das áreas da cidade beneficiadas por unidades de polícia pacificadora (UPPs). A UPP Social tem como missão mobilizar e articular políticas e serviços municipais nesses territórios e para isso coordena esforços de vários órgãos da Prefeitura do Rio e promove ações integradas com os governos estadual e federal, a sociedade civil e a iniciativa privada, sempre em favor do desenvolvimento e da qualidade de vida nas comunidades em áreas de UPP. Com isso, busca a consolidação e o aprofundamento dos avanços trazidos pela pacificação, com o objetivo de reverter o legado da violência e da exclusão territorial nesses espaços. A UPP Social possui três objetivos principais: contribuir para a consolidação do processo de pacificação e a promoção da cidadania local nos territórios pacificados; promover o desenvolvimento urbano, social e econômico nos territórios; efetivar a integração plena dessas áreas ao conjunto da cidade. [...] A UPP Social articula demandas e ações voltadas para o desenvolvimento amplo dos territórios pacificados, apoiando ações realizadas pelas várias secretarias e órgãos da Prefeitura e de mais instituições públicas e privadas.”

Como visto no capítulo 1, as políticas públicas do governo são essenciais para que polos de economia criativa tenham o seu devido desenvolvimento. Levando em conta essa prerrogativa, podemos observar algumas iniciativas dos governos federal e estadual na região da Mangueira, conforme anexo II.

II.2 - Economia criativa na Mangueira

Outro objetivo desses projetos programas que é incentivar a inserção da população, não só dos jovens, no mundo artístico e artesanal. E, nesse segundo objetivo, encaixam-se dois projetos encontrados na Mangueira: EcoModa e Arte Viva. Esses dois projetos, que serão abordados mais profundamente nesse trabalho, dependem diretamente do investimento público. Outras iniciativas encontradas na Mangueira são patrocinadas por empresas privadas, que querem ver suas marcas atreladas a essa questão de capacitar os jovens de comunidades carentes e também contratá-los no futuro, ou envolvem os empreendedores individuais que buscam uma nova fonte de renda e/ou que possuem ideias inovadoras, visando o bem-estar social e não apenas o lucro que aquele empreendimento possa oferecer.

Figura 7: Mapa com os polos criativos na Mangueira



Fonte: "Territórios Criativos e Inclusão Produtiva - Estudo de caso do entorno do Estádio do Maracanã", LARES/UFRJ e Google Maps

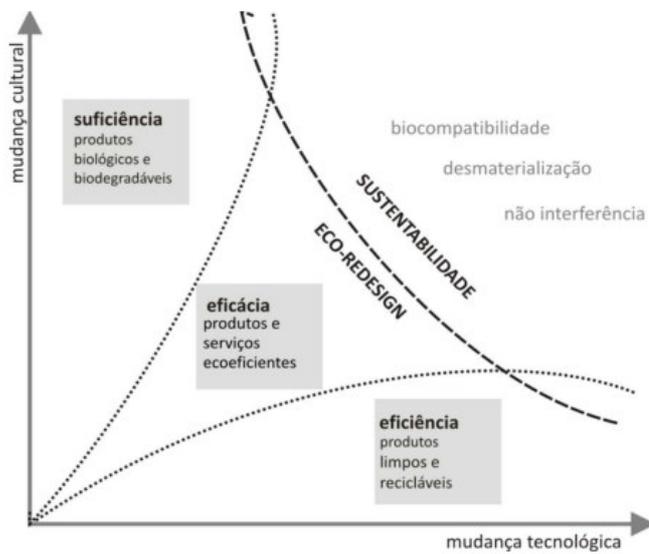
II.2.1 - EcoModa e sustentabilidade

O EcoModa é um projeto de moda sustentável localizado na Travessa Saião Lobato no "Buraco Quente". Possui uma boa localização, já que é próxima à Associação de Moradores da região e da escola de samba, também por ser a principal via da região.

A EcoModa é uma instituição bastante conhecida pelos moradores da comunidade, tanto pelo seu apelo social quanto pela capacitação. E, economicamente e no aspecto sustentável, esse projeto tem muito a acrescentar e ensinar, já que sua principal fonte de produção é a partir do *ecodesign*. Primeiro, é importante frisar que o termo *ecodesign* caracteriza, em síntese, uma modalidade de design cujo enfoque em projeto visa a redução dos possíveis impactos ambientais negativos causados no decorrer do ciclo de vida de um produto, com o propósito de ligar o tecnicamente possível, ao ecologicamente necessário, de modo a conceber novas propostas que sejam cultural e socialmente apreciáveis (MANZINI; VEZZOLI, 2002). A EcoModa é vista

como um projeto de *ecodesign*, pois sua principal matéria prima é a doação de roupas antigas pelas próprias pessoas.

Figura 8: Implicações nas mudanças culturais e tecnológicas



Fonte: CAVALCANTE, Ana Luisa B.L. et al., p. 256, 2012.

No ciclo-de-vida de um produto, consideram-se as possíveis implicações ambientais ligadas desde as fases de pré-produção, produção, distribuição, uso, descarte e até sua reutilização ou reciclagem (MALAGUTI, 2005). Com essas antigas vestimentas, há uma reutilização desse material com um certo propósito de “reciclagem” dos mesmos. Durante as visitas de campo ao local, era perceptível essa preocupação em recolher tecidos que não seriam mais usados. Em cada ambiente havia caixas com o objetivo de recolher qualquer doação de material para a fabricação de novos produtos.

A principal atividade do projeto é a de capacitação técnica através do aprendizado em costura, customização, reaproveitamento e confecção de novas peças a partir de outras peças usadas ou, até mesmo, desgastadas. Outra atividade importante do projeto é de reciclagem do que muitos considerariam “lixo”, que corresponde a essas vestimentas que são reaproveitadas.

O público-alvo da venda desses artigos é bastante variado, tanto o rico turista quanto o humilde morador se interessam por eles. Até pelo aspecto artesanal e pelo gasto praticamente nulo com matéria prima, o preço dos produtos acaba não sendo alto. Mas a EcoModa não se caracteriza apenas por esse lado do mercado, mas, também, por exposições, tanto dentro quanto fora da comunidade. E as pessoas qualificadas pelo projeto não tem apenas a própria como destino, muitas conseguem emprego em grandes empresas de vestuário e outras vão além, montam o seu próprio negócio a partir do que aprenderam nas aulas de design.

O projeto EcoModa foi criado pela Secretaria de Estado do Ambiente (SEA), pertencente ao governo do Estado do Rio de Janeiro, juntamente com outras iniciativas que buscavam a inclusão social em comunidades populares, pacificadas ou não. Entre elas, podemos destacar: Fábrica Verde, EcoBuffet, Comunidades Verdes, EcoVoluntário e TV Verde.

Além do apoio financeiro, a secretaria desenvolve políticas que ajudam o projeto a obter material para a confecção do vestuário e também para a prática das aulas de capacitação. Isso ocorre graças aos programas de reciclagem, através do “Pacto da Reciclagem”, que envolve a participação de empresas privadas (subsídios públicos) e de órgãos governamentais.

Na ótica da capacitação, há o investimento público na compra das máquinas de costura e de outros equipamentos, além do pagamento, em forma de bolsas e salários, dos professores e dos ajudantes que fazem o recolhimento dos materiais reciclados.

Apesar dessas ligações econômica e operacional, institucionalmente o EcoModa é composto por ex-alunos e pessoas que residem na Mangueira, sem conexão direta com o governo estadual, ou seja, o projeto consegue orientar seus objetivos para a sustentabilidade e a capacitação dos moradores da comunidade sem influências político-partidárias.

O mercado de trabalho é bastante aquecido na região já que há uma abundância na mão-de-obra, que compreende desde os jovens que buscam uma especialização na área de customização até a senhoras que utilizam o aprendizado para pequenas lembranças e costuras, ou somente como lazer.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, por meio da Pesquisa Nacional de Saneamento Básico - PNSB, em 2008, 99,96% dos municípios brasileiros têm serviços de manejo de Resíduos Sólidos, mas 50,75% deles dispõem seus resíduos em

vazadouros; 22,54% em aterros controlados; 27,68% em aterros sanitários. Esses mesmos dados apontam que 3,79% dos municípios têm unidade de compostagem de resíduos orgânicos; 11,56% têm unidade de triagem de resíduos recicláveis; e 0,61% têm unidade de tratamento por incineração. Ou seja, as leis de resíduos sólidos se faziam necessárias.

Entre os vários artigos dessas leis, se destacam as seguintes:

- Acordo Setorial;
- Responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos;
- Logística Reversa;
- Coleta seletiva;
- Ciclo de Vida do Produto;
- Sistema de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos - SINIR;
- Catadores de materiais recicláveis
- Planos de Resíduos Sólidos

Considerando o projeto da EcoModa, há a presença de alguns desses pontos durante o processo de produção das vestimentas. A coleta seletiva é realizada através de várias caixas dentro da sede no Buraco Quente, onde os doadores de roupas antigas podem colocar cada tipo de matéria diferente em seu respectivo local. O Ciclo de Vida de Produto também é respeitado pelo projeto, já que há uma conscientização a partir do *ecodesign* já falado aqui antes. Pode ser considerada também a presença de catadores de materiais recicláveis, já que alguns voluntários fazem esse trabalho de ir na casa dos moradores buscar mais matéria-prima.

Concluindo, é perceptível que a EcoModa respeita as Leis de Resíduos Sólidos já que se compromete a vários pontos do texto da lei, sendo que os outros aspectos são de responsabilidade maior dos governos municipal, estadual e federal. Sendo assim, se caracterizando pela boa preservação do meio ambiente e, ainda assim, contribuindo para a comunidade, tanto na capacitação técnica como na criação artesanal.

Devido ao clima mais quente da cidade do Rio de Janeiro, muitas das vestimentas produzidas não são voltadas ao uso popular da comunidade já que elas são feitas com calças jeans, casacos, entre outros materiais quentes usados. Outro fator que impede a maior comercialização dos próprios moradores é o preço médio das roupas, um valor alto comparado com recentes pesquisas que mostram que a renda nas favelas do RJ é baixa, apenas 0,71% das casas com rendimento mensal superior a cinco salários. E outro terceiro aspecto é o tipo de customização utilizado na confecção, não sendo condizente com o modo de se vestir para a população ir para o trabalho ou para a escola.

II.2.2 - Arte Viva e Mangueira do Amanhã

O Arte Viva é um projeto que busca integrar a comunidade ao conhecimento artesanal, a partir de criações de cerâmica, e integra as ações do projeto CerâmicaViva (ART/UERJ/SR3). Todos os participantes atuam como voluntários e estagiários, sendo esses últimos fomentados pelo CNPq. As oficinas de arte são localizadas no Centro Cultural da UERJ, próximo as salas de aula da graduação e pós-graduação da universidade. E esse quesito é muito importante para um dos maiores objetivos do programa que é, justamente, essa maior interação entre os moradores da Mangueira e os alunos.

Outra questão é que apesar de o público-alvo ser um pouco mais voltado para a comunidade, ele não fica restrito somente a ela. Qualquer pessoa que esteja interessada em conhecer e aprender um pouco mais sobre cerâmica pode participar. Há um programa da própria universidade chamado de “UERJ sem muros”, que é outra tentativa de aproximação entre esses dois nichos, porém houve uma percepção de que não havia muita participação da parte principal: os moradores da Mangueira.

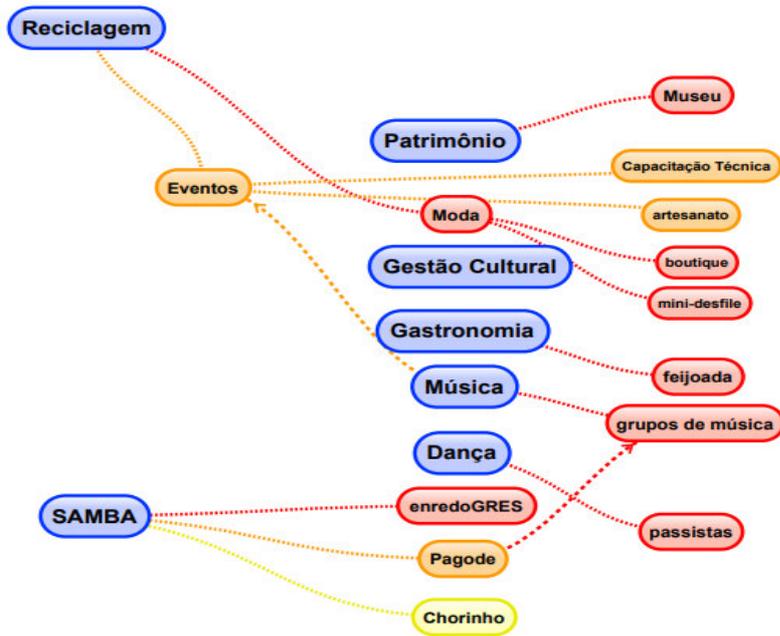
Outra atuação do grupo da Arte Viva foi a união com o grupo de dança Nação Mangueirense, através do CIEP, e a criação de uma intervenção artística dentro do campus da UERJ chamada de Praça da Democracia. Assim como na EcoModa, a ArteViva também possui caráter público, mas, nesse caso, de forma diferente. Uma questão importante do projeto é exatamente o diálogo que há entre os professores de cerâmica, como educadores, e os pais, pois essas conversas são fundamento no espaço liminar onde o público encontra o privado, pois as escolas, na comunidade, representam o poder público. Esse relacionamento, agora com a

presença da UPP, mostra um pouco a tensão no qual a comunidade e o poder público se veem inseridos.

Por fim, a Arte Viva se mostra como uma grande incentivadora da diminuição do espaço físico entre a comunidade da Mangueira e o ambiente universitário, também sendo bastante importante para a capacitação dos moradores através do ensino ao artesanato no laboratório de cerâmica da UERJ. Apenas faltando algum outro curso de logística, que pode ser oferecido por outra instituição ou pelo próprio governo, para uma ainda melhor formação dessas pessoas.

O Mangueira do Amanhã é um projeto do G.R.E.S. Mangueira visando a inclusão de jovens, principalmente de crianças, no mundo do samba. Há duas formas de exposição do M.A., através de apresentações temáticas e também nos desfiles da AESM-Rio (Associação das Escolas de Samba Mirins do Rio de Janeiro). Na primeira forma, essas apresentações acontecem geralmente quando há a visita de alguma autoridade na comunidade ou quando a escola faz visita a algum outro evento no qual a categoria principal não pôde estar presente. O projeto entra em dois setores criativos: espetáculos e celebrações; e design de moda. Já que por conta dessas apresentações na Marquês de Sapucaí, há a celebração do samba juvenil e o design de moda ocorre na fabricação das fantasias usadas pelas passistas, bateria, etc.

Figura 9: Redes na Mangueira



Fonte: "Territórios Criativos e Inclusão Produtiva - Estudo de caso do entorno do Estádio do Maracanã", LARES/UFRJ

Um ponto percebido durante o estudo de campo foi a não interação direta, apesar de indireta, entre os projetos da Mangueira e de outros bairros próximos como Tijuca, Estácio, Andaraí, etc. Principalmente os projetos de design e moda, onde poderia haver um fornecimento maior dos insumos utilizados.

A Copa do Mundo da FIFA em 2014 promoveu certas mudanças na rotina de alguns locais mapeados, a Travessa Saião Lobato foi candidata em um concurso promovido pela Secretaria da Cultura, onde a rua da cidade que melhor fosse caracterizada em apoio à seleção brasileira de futebol, com pinturas e adereços, seria premiada. Outra mudança foi o aumento considerável no agendamento e visitas de turistas na quadra da Escola de Samba da Mangueira, pois eram promovidas feijoadas em dias de jogos.

Segundo a revista IstoÉ (2013), o faturamento da Escola de Samba pode chegar a 14 milhões de reais, sendo 4,5 milhões recebidos da LIESA (Liga Independente das Escolas de Samba), 1 milhão da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, 1 milhão da Petrobras como patrocínio, 6 milhões vindos de outros patrocínios, até 2 milhões em eventos como shows da bateria, ensaios na quadra, feijoadas e vendas de camisas, e 500 mil na venda de fantasias utilizadas durante o desfile.

O projeto EcoModa foi o projeto que mais teve sucesso com os efeitos da Copa no Brasil, pois foram lançadas linhas de uma coleção inédita inspiradas no evento, o que proporcionou que essas roupas fossem mostradas em desfile durante o Dia Mundial do Meio Ambiente. Além disso, os tradicionais músicos da escola de samba participaram de eventos na sede da FIFA em São Cristóvão. Os impactos indiretos do evento de futebol internacional ocorrido na região próxima à Mangueira foram as obras de reurbanização e revitalização do bairro.

CONCLUSÃO

O primeiro capítulo, com a revisão bibliográfica, mostrou a visão de diferentes autores sobre o que seria a economia criativa e as diferentes definições sobre território criativo (Arranjos Produtivos Locais x Manifestações Culturais), discussão necessária para o entendimento da dinâmica produtiva identificada na Mangueira. O conceito sobre o setor da economia criativa brasileiro se dá sobre o entendimento do modo de atuação. E, na Mangueira, se dá pela conexão entre as atividades produtivas criativas com a tradição cultural local a partir da música, moda e de atividades de turismo, movimentados principalmente a partir do carnaval. Inclusive, as principais ações de cultura e lazer tem associação com a tradição local das origens do samba na Mangueira - o samba reconhecido como patrimônio cultural imaterial brasileiro é um ativo econômico e criativo do bairro. Outro ponto de conexão é trazido por conta de projetos de assistencialismo e capacitação técnica nas atividades, fazendo a promoção de cidadania a partir das expressões culturais e das artes.

Outras experiências internacionais, como na Austrália e no Reino Unido, demonstraram a importância do poder público no desenvolvimento da economia criativa em determinada região. Há o entendimento, por alguns autores, de que a oferta de produtos e serviços criativos exige um certo tipo de formação dos agentes, tanto no gerenciamento como no modo de produção dos meios criativos. Tendo em vista a dinâmica de trabalho dos empreendimentos criativos ligados a serviços e expressões culturais observados na Mangueira, é perceptível a utilização de capital social e cultural como fonte, assim como os bens intangíveis ligados ao patrimônio imaterial (o samba oriundo da Escola de Samba), e a capacidade de formar redes informais de colaboração, utilizadas como uma válvula de escape para a falta de infraestrutura física.

A grande quantidade de projetos não formalizados esconde o real volume de ações do setor de economia criativa, a qualidade e a dinâmica, como apresentado acima. Um ponto de atenção é o grande mercado consumidor em potencial, não apenas dos turistas. A população residente, mesmo que com fontes não formais de ganho, gastam e estão inseridas no mercado, fazendo uso de tecnologia, comunicação, etc.

A cidade carioca tem um grande volume de turismo por conta do Carnaval, conhecido como uma das maiores festas populares do mundo, em que a sua realização e produção estão associados aos setores da economia criativa. Diante da produção gerada, existe uma série de atividades dos setores criativos: audiovisual, eventos, fotografia e turismo. Na comunidade do estudo de campo, o GRES Estação Primeira da Mangueira é o principal centro de criação do carnaval na região e da cadeia produtiva: com música e dança.

A dinâmica da ligação das redes na Mangueira é baseada em um ponto em comum: o samba (música). A partir desse patrimônio imaterial, são realizados os eventos, esses eventos produzem material reciclável, que posteriormente é recolhido e utilizado para a fabricação de fantasias e roupas (moda), permitindo a venda em boutiques e a realização de mini desfiles pela comunidade. Os eventos na Escola de Samba também permitem o desenvolvimento da gastronomia, através das feijoadas realizadas, além da dança promovida pelas passistas no carnaval. A capacitação técnica e o artesanato também estão presentes nos eventos, como vimos, a partir da EcoModa. Com essa dinâmica produtiva, a economia criativa na Mangueira permanece ativa, apesar das dificuldades encontradas pela falta de poder público na gestão de comunicação entre as áreas.

Com a presença da Copa do Mundo de Futebol, que foi realizada na época da pesquisa em 2014 e do aumento turístico que o evento proporcionaria, houve a chance de fomento às atividades no setor de turismo. Como os empreendedores locais já possuíam seus conhecimentos para promover a dança, a música e a moda, o aumento nessas atividades, teoricamente, aconteceria de maneira natural. E, como observado no estudo de caso analisado, os resultados mostraram aumento do público em eventos na Estação Primeira de Mangueira e também na exposição dos produtos de moda.

Atividades do setor criativo "Moda" tiveram seu crescimento através do carnaval, pela confecção de alegorias, tão como na reciclagem de material de outros carnavais. Costureiras autônomas realizam a confecção de fantasias para passistas da comunidade e o Instituto EcoModa, voltado para a capacitação técnica na produção de moda a partir da reutilização de materiais é uma iniciativa da Secretaria de Ambiente do Estado juntamente com a LIESA - Liga das Escolas de Samba, para adequar as Escolas de Samba à Lei de Resíduos Sólidos.

Com a presença de diferentes manifestações culturais na Mangueira, foi possível observar que os projetos interagem, mesmo com algumas limitações, entre si, tanto na oferta, quanto na demanda, tendo como um dos pilares principais a Escola de Samba da Mangueira. No caso da EcoModa, como explicitado neste trabalho, o projeto possui duas vertentes: a da capacitação técnica e a da sustentabilidade.

Na primeira, a busca é por jovens no mercado de trabalho, que estão em maioria na população da comunidade. Com isso, há a produção de trabalhos artesanais, que são expostos e colocados à venda. Alguns desses jovens também são absorvidos por empresas parceiras da FAETEC para realizar funções gerais de serviços e atendimento ao público na Escola de Samba.

No ponto de sustentabilidade, o projeto busca seguir a linha do ecodesign, tendo duas formas de captação de matéria-prima: doações e reciclagem. No primeiro caso, há também a presença de doação de material de outros projetos, como a própria G.R.E.S Estação Primeira de Mangueira.

Anexo I: Questionário

MAPEAMENTO DOS EMPREENDIMENTOS DA ECONOMIA CRIATIVA NO ENTORNO DO ESTÁDIO DO MARACANÃ – MANGUEIRA, TIJUCA E SÃO CRISTOVÃO - MinC/CNPq/UFRJ.

Questionário N° _____ Data: _____ Preenchido por:

QUESTIONÁRIO DE CAMPO 1 – INTEGRANTES DE INICIATIVAS DA ECONOMIA CRIATIVA NA MANGUEIRA, RIO DE JANEIRO/RJ.

Nome da iniciativa: _____

Atividade principal (usar tabela 1): _____

Setor Criativo: _____ Código: _____

Atividade Associada: _____ Código: _____

Endereço: _____ Bairro:

Município/UF: _____ CEP:

E-mail: _____ Página web:

Telefones: _____

BLOCO A - CARACTERIZAÇÃO DA INICIATIVA
(EMPRESA/INSTITUIÇÃO/GRUPO/INDIVÍDUO)

Considera-se uma iniciativa da economia criativa as atividades de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que tem como recurso principal a criatividade das pessoas, usando conhecimentos e habilidades artísticas, capital cultural (patrimônio material ou imaterial) e/ou físico (ambiente local) gerando renda.

1. Qual o ano de início das atividades/fundação: _____
2. Qual o nome do(a) responsável: _____
- 2.1. Que função ele(a) exerce na iniciativa: _____
3. Qual o tipo de organização?
 - 3.1 () Empresa 3.2 () Instituição Governamental 3.3 () instituição não Governamental
 - 3.4 () Grupo/Coletivo/Associação 3.5 () Empreendedor Individual 3.6 () Atividade Informal
4. Quantas pessoas estão envolvidas na iniciativa: _____
 - 4.1 Sócios Majoritários/Proprietários/Empreendedor individual _____ 4.2 Funcionários _____
 - 4.3 Voluntários/residentes/estagiários _____ 4.4 Familiares _____ 4.5 Outros: _____
5. Quanto a organização recebe ao ano, deduzido os custos fixos:
 - 5.1 () Máximo até R\$60.000,00/ano
 - 5.2 () Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões/ano

5.3() Maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões/ano

5.4() Maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões/ano

5.5() Maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões/ano

6. Qual a sua opinião sobre as condições físicas do local de trabalho para as atividades realizadas?

6.1 () Adequado às atividades 6.2 () Não adequado às atividades

7. Qual a origem do espaço?

7.1. () Espaço próprio 7.2 () Espaço alugado 7.3 () Espaço cedido

8. Como é realizada a comercialização de seus produtos ou serviços?

8.1() Venda direta no atacado 8.2() Venda direta no varejo 8.3() Venda através de representantes

8.4() Venda por internet 8.5() Venda em sites de compra coletiva 8.6 () Outro

9. Quais outras atividades associadas são realizadas pela sua iniciativa, caso existam (usar Tabela 1):

9.1 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

9.2 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

9.3 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

9.4 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

10. Quais outras atividades a sua iniciativa contrata ou é parceira na Mangueira (usar Tabela 1):

10.1 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

10.2 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

10.3 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

10.4 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

10.5 Explique como é realizada a parceria?

11. Sua iniciativa contrata / faz parceria com empresas de fora da Mangueira?

11.1 () Sim 11.2 () Não | Se não, pule para a pergunta 16.

12. Se sim, quais as atividades?

12.1 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

12.2 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

12.3 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

12.4 Setor Criativo: _____ Atividade Associada: _____

13. Se sim, onde estas empresas se localizam?

13.1 () Mesmo município 13.2 () Tijuca 13.3 () São Cristóvão 13.4 ()
Maracanã

13.5 () Cidades vizinhas 13.6 () Outras regiões do Estado 13.7 () Outros Estados
brasileiros

13.8 () Exterior 13.9 () Não é contratada fora do polo

14. Se sim, explique como é realizada a parceria?

15. Sua iniciativa realiza eventos na Mangueira? Se sim, qual/quais?

15.1 () Evento de Entretenimento Temático (festivais ou mostras como: dança, gastronomia, música, teatro, circo,

artes plásticas e visuais, manifestações tradicionais, outros)

15.2 () Eventos de interesse comercial (feiras, rodada de negócios ou outras que envolvam por exemplo:

antiguidades, artes, música, artesanato, livros, agropecuária, moda, bazar, outros)

15.3 () Festas (religiosas, cívicas, culturais, artísticas, outras)

15.4 () Outros. _____

15.5 () Não realiza. (Pular para pergunta 19.)

16. Quanto à periodicidade destes eventos:

16.1 () Semanal 16.2 () Mensal 16.3 () Semestral 16.4 () Anual 16.5 () Só uma vez

17. Onde se localiza os fornecedores de material ou equipamentos para seu trabalho, localizam:

17.1 () Na Mangueira 17.2 () Mesmo município 17.3 () Tijuca 17.4 () São Cristóvão

17.5 () Maracanã 17.6 () Cidades vizinhas 17.7 () Outras regiões do Estado

17.8 () Outros Estados brasileiros 17.9 () Exterior 17.10 () Não é contratada fora do polo

18. Os integrantes de sua iniciativa participam de ações formativas/de capacitação realizadas na Mangueira? Quais?

18.1 () Oficinas de curta duração 18.2 () Cursos de longa duração 18.3 () Seminários/Congressos

18.4 () Outros: _____
participa

18.5 () Não

19. Os integrantes de sua iniciativa participam de ações formativas realizadas por instituições de fora da Mangueira? Quais?

19.1 () Oficinas de curta duração
Seminários

19.2 () Cursos de longa duração

19.3 ()

19.4 () Congressos
participa

19.5 () Outros: _____

19.6 () Não

20. Os integrantes de sua iniciativa tem interesse em participar de ações formativas/capacitação?
Se sim, quais?

21. Você conhece os programas ou projetos do governo voltados à promoção do empreendedorismo criativo (atividades ligadas a setores da economia criativa)? Quais?

22. Você conhece programas ou projetos de organizações não governamentais voltados à promoção do empreendedorismo criativo (atividades ligadas a setores da economia criativa)?
Quais?

23. Você conhece programas ou projetos de empresas voltados à promoção do empreendedorismo criativo (atividades ligadas a setores da economia criativa)? Quais?

24. Você conhece outras iniciativas que geram bens ou serviços ligados à economia criativa na Mangueira? Quais? Possui referência (contato, localização)?

25. Quais equipamentos públicos voltados às atividades da economia criativa estão disponíveis ao público na Mangueira?

25.1. () Espaço de shows, exposições, encontros.

25.2. () Espaços para reuniões, cursos, seminários.

25.3. () Biblioteca, salas de informática.

25.4. () Laboratório de Imagem

25.5. Como é o acesso a estes equipamentos? Você os considera de fácil, médio ou difícil acesso?

BLOCO B – INTER RELACIONAMENTOS

Você concorda com as afirmações a seguir? Responda as questões utilizando a escala de 1 a 5, onde 1 - Baixo grau de concordância com a afirmação e 5 - Alto grau de concordância com a afirmação

26. Realizamos ações de formação/capacitação em parceria com outras iniciativas na Mangueira.

1 2 3 4 5

27. Realizamos ações de produção em parceria com outras iniciativas na Mangueira.

1 2 3 4 5

28. Realizamos ações de comercialização em parceria com outras iniciativas na Mangueira.

1 2 3 4 5

29. Realizamos ações de visibilidade das atividades criativas em parceria com outras iniciativas na Mangueira.

1 2 3 4 5

30. Praticamos a gestão compartilhada entre os integrantes das iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Mangueira, tais como planejamento, plano de marketing, controle, etc.

1 2 3 4 5

31. Praticamos a gestão compartilhada entre os integrantes das iniciativas e instituições públicas, privadas e outras da sociedade civil.

1 2 3 4 5

32. Em nossa iniciativa, realizamos ações de responsabilidade ambiental na Mangueira.

1 2 3 4 5

33. Em nossa iniciativa, realizamos ações de responsabilidade social na Mangueira.

1 2 3 4 5

34. As ações do governo municipal têm sido importantes para as iniciativas de Economia Criativa na Mangueira.

1 2 3 4 5

35. As ações do governo estadual têm sido importantes para a Mangueira.

1 2 3 4 5

36. As ações do governo federal têm sido importantes para a Mangueira.

1 2 3 4 5

BLOCO C – IDENTIDADE E INOVAÇÃO

37. O que o levou a instalar-se na Mangueira?

37. 1 () Já pertencia à este local 37.2 () Incentivo fiscal 37. 3 () Proximidade com fornecedores

37. 4 () Proximidade com outras iniciativas semelhantes 37. 5() Proximidade com consumidores

37. 6 () Outros: _____

38. Existe uma “marca” criada para identificar os produtos e serviços originados das atividades criativas da Mangueira?

38.1 () Sim 38.2 () Não

Descreva: _____

39. Existe uma imagem com identidade própria das atividades criativas da Mangueira junto aos seus próprios integrantes?

39.1 () Sim 39.2 () Não

Descreva: _____

40. Existe uma imagem com identidade própria das atividades criativas da Mangueira junto ao demais moradores do município?

40.1 () Sim 40.2 () Não

Descreva: _____

41. Existe uma imagem com identidade própria do polo junto outros municípios?

41.1 () Sim 41.2 () Não

Descreva: _____

42. As atividades turísticas locais reconhecem as iniciativas de economia criativa na Mangueira e atuam em prol de sua visibilidade?

42.1 () Sim 42.2 () Não

Por que? _____

43. Como a atividade criativa financia o trabalho dos participantes?

43.1 () Patrocínio de empresas 43.2 () Patrocínios por prêmios 43.3 ()
Patrocínio Coletivo

43.4 () Financiamento bancário 43.5 () Outros:

43.6 () Através da venda dos nossos produtos / serviços

44. Observações para melhoria das iniciativas de Economia Criativa na Mangueira:

Anexo II: Mapeamento dos projetos na Mangueira

| Nome do Programa | Organizações responsáveis | Localidades | Objetivos (resumido) |
|---|---|---|---|
| Fomento a Incubadoras para Empreendimentos da Economia Criativa (Governo Federal) | Secretaria da Economia Criativa (SEC) | Empreendimentos criativos residentes e não residentes, individuais e coletivos. | Fomentar, por meio de apoio financeiro, projetos de incubadoras que atuam com empreendimentos criativos e inovadores relacionados aos setores da economia criativa e que visam ampliar e qualificar a sua capacidade de incubação para esses setores. |
| Plano Brasil Criativo (Governo Federal) | Ministério da Cultura / Secretaria da Economia Criativa | Integração dos setores públicos federais para a Economia Criativa. | Promover a produção, distribuição e consumo de riquezas resultantes da Economia Criativa Brasileira, reconhecendo-a como vetor estratégico para o desenvolvimento do país, através da integração e potencialização de políticas públicas de quinze ministérios. |
| Rio Criativo | Secretaria de Cultura - Governo do Estado do RJ | Baixada e Centro | Incubadora pública de empreendimentos criativos. Integra o programa de estímulo ao potencial da Economia Criativa para o desenvolvimento econômico e social no Estado do RJ. |
| Pontos de Cultura | MinC em parceria com o Governo Estadual | Estado do RJ (196 Pontos de Cultura) | Apoia iniciativas culturais bem-sucedidas da sociedade civil. |
| Planos Setoriais de Cultura | Secretaria do Estado de Cultura | Estado do RJ | Debates para apontar diretrizes para as políticas públicas no estado do RJ. |
| Olimpíada de Jogos Digitais e Educação | Secretaria de Cultura em parceria com a Secretaria de Educação do | Estado do RJ | Aventura virtual desenvolvida no formato de uma gincana de videogames, voltada para alunos e professores da Rede Pública Estadual de Ensino. |

| | | | |
|---|---|-------------------------------|---|
| | Estado do RJ | | |
| Novas Cenas | | Estado do RJ | Promove a circulação pelo estado de grupos teatrais e musicais compostos por artistas em formação ou recém-formados. |
| BANDA LARGA - Programa de Atualização para Bandas de Música do RJ | Secretaria de Estado de Cultura | Estado do RJ | Incrementar a formação de instrumentistas e mestres das bandas de música fluminenses, oferecendo cursos intensivos e gratuitos de atualização musical e de manutenção e reparo de instrumentos. |
| Circuito Estadual das Artes | | Interior do Estado do RJ | Busca promover o acesso do público fluminense a espetáculos de teatro, dança, música e circo. |
| Bibliotecas Parque | | Favelas do RJ | Bibliotecas públicas multifuncionais em áreas de risco, com acesso imediato e fácil à informação. |
| Projeto Travessia | Secretaria de Esporte e Lazer em parceria com a Light | Favelas do RJ | Recuperação de quadras poliesportivas. |
| Cursos de Capacitação | Escola de Artes Técnicas, da FAETEC | Mangueira | Cursos voltados para os bastidores do Carnaval e produção teatral. |
| Cursos de Capacitação | Faetec, vinculada à Secretaria de Ciência e Tecnologia e a empresa O Boticário | Mangueira e outros | Curso de Maquiador |
| EcoBuffet | Superintendência de Território e Cidadania, da Secretaria de Estado do Ambiente | Chacrinha, Salgueiro e Turano | Capacitação em aproveitamento integral de alimentos, culinária, empreendedorismo e educação ambiental, além de fomentar e dar suporte para a formação de cooperativas de serviços de buffet sustentável, com cardápio produzido a partir de alimentos reaproveitados. |

| | | | |
|-----------------|---|----------------------------|---|
| Fábrica Verde | Superintendência de Território e Cidadania, da Secretaria de Estado do Ambiente | Comunidades RJ | Reciclagem de computadores com o objetivo de desenvolver iniciativas que incentivem a inclusão social em comunidades, capacitando profissionalmente jovens e adultos, criando empregos verdes e, conseqüentemente, gerando de alternativas de renda para moradores. |
| EcoVoluntário | Superintendência de Território e Cidadania, da Secretaria de Estado do Ambiente | Comunidades Pacificadas RJ | Intercâmbio cultural entre estudantes, pesquisadores e jovens de comunidade pacificadas do RJ. Visa-se com isso, acrescentar valor ao conceito de capacitação profissional e inclusão produtiva e social. Objetivo de oferecer meios para o desenvolvimento de atividades de qualificação profissional e sustentabilidade. |
| TV Verde | Superintendência de Território e Cidadania, da Secretaria de Estado do Ambiente | Complexo do Alemão | Capacitação técnica em produção audiovisual que atende a jovens e adultos. |
| Favela Criativa | Secretaria de Estado de Cultura, de patrocínio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro e da Light, do Programa de Eficiência Energética da ANEEL – Agência Nacional de Energia Elétrica, e de financiamento do Banco Interamericano de | | É formado por um conjunto de projetos que oferece a jovens agentes culturais formação artística e especialização em gestão cultural e estabelece canais de diálogo entre eles, possíveis parceiros e patrocinadores potenciais. O Programa se propõe a: Oferecer formação artística a jovens e agentes culturais. Capacitar jovens agentes para que se tornem gestores e empreendedores culturais. Desenvolver a sustentabilidade de empreendimentos e projetos culturais. |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | Desenvolvimento– BID e do MinC, através do Programa Caminho Melhor Jovem, da Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos. | | Criar uma rede permanente de agentes culturais, possíveis parceiros e patrocinadores potenciais. Contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico das favelas. Contribuir para o processo de pacificação. Contribuir para a formação de um jovem cidadão consciente de sua responsabilidade social. |
|--|---|--|--|

Fonte: “Territórios Criativos e Inclusão Produtiva - Estudo de caso do entorno do Estádio do Maracanã”,

LARES/UFRJ

Anexo III: Setor Criativo Criações Funcionais

| Organização | Setor | Atividade principal | Setores associados | Atividades extras | Atuação |
|--------------------|---------------------|----------------------------|---------------------------|---|--|
| (1) Ecomoda | Criações funcionais | Produção de moda | Expressões culturais | Artesanato, Capacitação, Eventos, Varejo. | <p>Projeto da Superintendência de Território e Cidadania da Secretaria de Ambiente do Estado (2004), situado na Mangueira e aberto à qualquer interessado de outra localidade.</p> <p>Oferece capacitação para produção de moda a partir de materiais reutilizáveis descartados por fábricas têxteis e pós-desfiles de carnaval (parceria com a LIESA)</p> <p>Oferece cursos de desenho de moda, ilustração, costura, modelagem, estamparia, serigrafia, design de acessórios e bordados. Durante o período de aulas, os participantes ganham uma bolsa auxílio de R\$ 120 por mês.</p> <p>Realiza eventos como feiras para o comércio dos produtos.</p> |

| | | | | | |
|---|-------------------------|--------------------|----------------------------------|--|--|
| (2) “MCA” – Mangueira Comunidade em Atividade | Criações funcionais. | Gestão Cultural | Assistência social. | Sessão de espaços, elaboração de projetos culturais; | Parceiro do Fórum Rio Criativo ¹ ; Sede do projeto Coca-Cola ² ; sede de reuniões do grupo Narcóticos Anônimos e de pré- vestibular comunitário oferecido por instituições parceiras. |
| (3) Art Cult | Criações funcionais | Gestão Cultural | Capacitação | | Parceiro do IPP na pesquisa sobre juventude nas favelas pacificadas é responsável pela atuação de 50 jovens pesquisadores. Promove oficinas de artesanato, aulas de reforço escolar, divulgação de vagas de emprego. Foi parceiro local do Projeto Brahma Comunidade ³ (finalizado). |
| (4) AMEBRAS - Associação de Mulheres Empreendedoras do Brasil | Criações funcionais | Moda | Artesanato, Artes visuais. | Capacitação, Varejo, Produção de eventos/feiras. | A Associação fundada em 1998 tem como objetivo capacitar tecnicamente e desenvolver o perfil empreendedor das mulheres. Possui um Centro de Formação Profissional (Armazém do Samba), no Barracão Cultural, na Cidade do Samba. 886 associadas empreendedoras de |

| | | | | | |
|----------------------|---------------------|------|--|--|---|
| | | | | | <p>classes e diferentes ramos de negócios; 22.000 pessoas qualificadas.</p> <p>Seus produtos são vendidos n Boutique Verde e Rosa, na GRES Mangueira.</p> |
| (6) Valéria Oliveira | Criações funcionais | Moda | | | <p>Costureira moradora da Mangueira responsável pelas vestimentas das passistas que trabalham com a Escola de Samba Mangueira.</p> |

Fonte: “Territórios Criativos e Inclusão Produtiva - Estudo de caso do entorno do Estádio do Maracanã”, LARES/UFRJ

Anexo V: Parcerias fora/dentro da Mangueira

| Organização | Parceiros na Mangueira | Parceiros fora da Mangueira |
|---|--|--|
| Centro Cultural Cartola | GRES Estação Primeira da Mangueira | Iphan 6sr - Ministério da Cultura, UERJ- Programa de Pós-Graduação, Petrobras. |
| GRES Estação Primeira da Mangueira | Vila Olímpica da Mangueira / Mangueira do Amanhã FAETEC Digital - Quadra da Mangueira Centro Cultural Cartola Vitor Art Associação de Moradores do Buraco Quente | FAETEC / Governo Patrocínio: Petrobras, Antártica, Granfino e Piraquê. Batuque na Cozinha - Produção Musical – Centro RJ Barracão Cidade do Samba – Moda, Artes Visuais. – Centro RJ AMEBRAS – Centro RJ Cozinheiro / Gastronomia – Duque de Caxias |
| Dançando para não Dançar / Vila Olímpica da Mangueira | GRES Estação Primeira da Mangueira | Patrocínio: Petrobras |
| Instituto Sociocultural Batuque Favela Mangueira | Associação Meninas e Mulheres no Morro | |
| Vitor Art / D-Funk in Samba | GRES Estação Primeira da Mangueira Art Junior Vila Olímpica da Mangueira / Mangueira do Amanhã | Clientes Estúdio |
| Art Junior | GRES Estação Primeira da Mangueira Vitor Art / D-Funk in Samba Vila Olímpica da Mangueira / Mangueira do Amanhã | Contemporâneo Instrumentos Musicais / Estúdio AfroReggae |

| | | |
|--|--|---|
| Fabiana Oliveira | GRES Estação Primeira da Mangueira | |
| Ecomoda | GRES Estação Primeira da Mangueira | Secretaria de Estado de Meio Ambiente; LIESA. |
| “MCA” – Mangueira Comunidade em Atividade | Orlando | Rio Transformações Criativas |
| Art Cult | Associação Meninas e Mulheres no Morro Associação de Moradores do Buraco Quente UPP Social | IPP AMBBEV Centro de Artes Geraldo Pereira |
| AMEBRAS - Associação das Mulheres Empreendedoras do Brasil | GRES Estação Primeira da Mangueira | Secretaria de Turismo do Município LIESA |
| Vila Olímpica da Mangueira / Mangueira do Amanhã | Vitor Art / D-Funk in Samba Dançando para não Dançar / Vila Olímpica da Mangueira | Xerox Brasil |
| Escola de Artes Técnicas (EAT) Luiz Carlos Ripper | GRES Estação Primeira da Mangueira | Governo do Estado do Rio de Janeiro |
| FAETEC Digital - Quadra da Mangueira | GRES Estação Primeira da Mangueira | Governo do Estado do Rio de Janeiro |
| ONG Casa Arte de Educar | GRES Estação Primeira da Mangueira | Parcerias: FIES (Fundo Itaú Excelência Social), Criança Esperança/Unesco, Fundação Abrinq Ministério da Cultura, Ministério da Educação Petrobras, Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro. |

| | | |
|--|---|---|
| Associação Meninas e Mulheres no Morro | Associação de Moradores do Buraco Quente | CAC, Instituto C&A, C&A, Conexão Leitura, Sonhar Acordado, TEAR |
| Associação de Moradores do Buraco Quente | Associação Meninas e Mulheres no Morro Associação de Moradores da Fundação | |

Fonte: "Territórios Criativos e Inclusão Produtiva - Estudo de caso do entorno do Estádio do Maracanã",

LARES/UFRJ

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUSTRALIA COUNCIL FOR THE ARTS. *Annual Report 2016-2017*, Disponível em: <<http://www.australiacouncil.gov.au/workspace/uploads/files/australia-council-for-the-arts-5a1b80d5da897.pdf>> Acessado em: 20/03/2018.

BARBOSA, Livia. *O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BORÉN, T., & YOUNG, C. *Getting Creative with the 'Creative City'? Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy*. *International Journal and Regional Research*, v. 37, n. 5, p. 1799-1815, 2013.

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. *LEI Rouanet em números*. Brasília, 2017.

BRASIL. *Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.

BRASÍLIA: MINISTÉRIO DA CULTURA *Plano da Secretaria Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações (2011-2014)*, 2011.

BRITISH GOVERNMENT, *Creative Britain: New talents for the New Economy*, DCMS, 2008.

CASTRO, R. *Chega de saudade. A história e as histórias da Bossa Nova*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2008

CAVALCANTE, A. L. B. L.; PRETO, S. C. S.; PEREIRA, F. A. F.; FIGUEIREDO, L. F. G.. *Design para a Sustentabilidade – um conceito interdisciplinar em construção*. Londrina, 2012.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO (UNCTAD). 2010. *Relatório de economia criativa 2010*. Nações Unidas, 392 p.

CONSELHO ESTRATÉGICO DE INFORMAÇÕES DA CIDADE, Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, 2013. BRASIL. Ministério da Cultura.

COMUNIAN, R. *Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy*. *Urban Studies*, v. 48, n. 6, p. 1157-1179, 2011.

CURRID, E. *New York as a Global Creative Hub: a Competitive Analysis of Four Theories on World Cities*. *Economic Development Quarterly*, 20, p. 330-350, 2006

ESCRIBANO, G. *Volatilidade geopolítica*. Brasil, 2015. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/20/economia/1426885087_132330.html Acesso em 26/02/2018.

FLORIDA, R. *Cities and the Creative Class*. New York: City & Community, 2003

FURTADO, Celso. *Prefácio*. In: *Fundação João Pinheiro. Economia da cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil*. Brasília, IPC/Secretaria de apoio à Produção Cultural. MinC, 1988.

GORDON, J.C.; BEILBY-ORRIN, H. (2007) *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture* – (OCDE, Paris) [<http://www.oecd.org/dataoecd/26/51/37257281.pdf>]

HOWKINS, J. *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Press, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (2012). *Censo 2010*. Acesso em 07 de Março de 2018, disponível em Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/>

LANDRY, C., BIANCHINI, F. *The creative city*. London: Demos, 1995

LINHARES, M. Y. et al. *História Geral do Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

LIMA, S.M.S. (2012). *Pólos Criativos - Um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros*. Brasília: UNESCO.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. *Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira* – Brasília: FUNAG, 2014.

MALAGUTI, C. *Requisitos ambientais para o desenvolvimento de produtos: manual técnico*. CSPD – Centro São Paulo de Design, São Paulo, 2005.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis*. Trad. Astrid de Carvalho. São Paulo: Ed. USP, 2002.

MELEIRO, A.; FONSECA, F. *Economia criativa: uma visão global*. Rio de Janeiro, 2012.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G.M (Org.). *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007. Coleção CULT, 1. p.96-97.

NITZSCHE, R. *Afinal, o que é design Thinking*. São Paulo: Rosari, 2012

Disponível em: http://www.anpap.org.br/anais/2012/pdf/simposio3/isabela_frade.pdf Acesso em: 14 outubro de 2017

ONU; *High-Level Panel On Creative Industries And Development*, 2004, São Paulo. São Paulo: UNCTAD, 2004. Disponível em: <http://www.unctadxi.org/templates/Event___33.aspx?selected=agenda>. Acesso em: 20 jan. 2006.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Petrópolis: Vozes, 1987.

PEREIRA, P.; K. *Criatividade à brasileira: o jeitinho para driblar crises*. REVISTA PENSAMENTO & REALIDADE, v. 29, n.3. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/garota-de-ipanema-a-segunda-cancao-mais-tocada-da-historia-4340449>>. Acesso em: 01 Outubro 2017.

REIS, A. C. F. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo, Itaú Cultural, 2008.

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E INOVAÇÃO, Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out/dez. 2014.

RIFKIN, J. L'âge de l'accès; *La nouvelle culture du capitalisme*. Paris: La Découverte, 2005, p. 11.

SA EARP; ESTRELLA, *Evolução do mecenato no Brasil: os valores movimentados através da Lei Rouanet despídos do véu da inflação (1996-2014)*, 2016.

SANTOS, A. M. et al. *História do Brasil. De terra ignota ao Brasil atual*. Rio de Janeiro: Log On, 2002

SCHIRAY, D. M.. *Territórios Criativos e Inclusão Produtiva - Estudo de caso do entorno do Estádio do Maracanã*, 2014.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Ed. Fundo de Cultura, 1961.

SERRA E FERNANDEZ, *Economia Criativa: da Discussão do Conceito À Formulação de Políticas Públicas*. Economia & Tecnologia Vol. 25, Ano 07, Abril/Junho de 2011.

SOUZA-SANTOS, E. R. e COSTA, A. D. *Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual*. Economia & Tecnologia Vol. 25, Ano 07, Abril/Junho de 2011.

TOLILA, P. 2007. *Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo, Iluminuras: Itaú Cultural, 145 p. Disponível em:
<https://istoe.com.br/274203_OS+MERCADORES+DO+SAMBA/> 2013.

UNCTAD (2008) *The Creative Economy Report* (página 29) Disponível em:
[http://www.unctad.org/en/docs/dite20082cer_en.pdf] Acessado em: 20/03/2018

VOGEL, H. *Entertainment industry economics*. New York: Cambridge University Press, 2001.

YDE, N. C. *De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea*. Athenea Digital, v. 12, n. 1, p. 169-190, 2012.