

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO

ESCOLA DE GOVERNO PAULO NEVES DE CARVALHO

Ciro César de Carvalho

ECONOMIA CRIATIVA EM TERRITÓRIOS VULNERÁVEIS: Estudo de caso do
Projeto Seu Vizinho.

Belo Horizonte

2020

Ciro César de Carvalho

ECONOMIA CRIATIVA EM TERRITÓRIOS VULNERÁVEIS: Estudo de caso do
Projeto Seu Vizinho.

Trabalho apresentado ao Curso de Graduação em Administração Pública da Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho da Fundação João Pinheiro, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental.

Orientador: Claudio Burian Wanderley

Belo Horizonte

2020

C331e Carvalho, Ciro César de.
Economia criativa em territórios vulneráveis [manuscrito] : estudo de caso do Projeto Seu Vizinho / Ciro César de Carvalho. – 2021.
[14], 139 f. : il.

Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Administração Pública) – Fundação João Pinheiro, Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, 2021.

Orientador: Claudio Burian Wanderley

Bibliografia: f. 137-142

1. Economia criativa – Belo Horizonte (MG). 2. Políticas públicas – Cultura – Belo Horizonte (MG). 3. Aglomerado da Serra – Projeto Seu Vizinho – Belo Horizonte (MG). 4. Emprego – Renda – Belo Horizonte (MG) 5. Empreendedorismo social – Belo Horizonte (MG). I. Wanderley, Claudio Burian. II. Título.

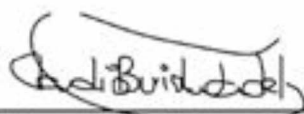
CDU 008:33(815.11)

Ciro César de Carvalho

Economia Criativa em territórios vulneráveis:
Estudo de caso do *Projeto Seu Vizinho*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração Pública da Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, da Fundação João Pinheiro, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração Pública.

Aprovada na Banca Examinadora



Prof Dr Claudio Burian Wanderley (Orientador) – Fundação João Pinheiro

APARECIDA M S SHIKIDA

Profª Drª Aparecida Maciel da Silva Shikida (Avaliadora) – Fundação João Pinheiro



Prof Dr Silvio Ferreira Júnior (Avaliador) – Fundação João Pinheiro

Belo Horizonte, 04 de fevereiro de 2021

“Na dúvida fique do lado dos pobres.”

Dom Pedro Casaldáliga.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho surge como requisito obrigatório para a minha formação como Administrador Público, mas parte de uma vivência de sonhos e realizações. Escrever sobre esse tema é uma reflexão dos propósitos da minha trajetória nos últimos anos, reflete o meu processo de travessia profissional de 30 anos na iniciativa privada e o recomeçar no serviço público.

Para consagrar esse momento, não poderia ser diferente, abarco na oportunidade de falar sobre as lutas e resistências, tratar de temas em relação à cultura, empreendedorismo, territórios vulneráveis e a Escola de Arte livre e Periférica *Seu Vizinho*, um movimento de negros protagonistas de transformação no território onde estão inseridos.

Este trabalho foi uma monografia na escrita, mas um exercício coletivo na elaboração e construção. Dessa forma, existe muita gratidão envolvida nesse processo de desenvolvimento do projeto.

Agradeço a Deus e a todos que contribuíram no meu processo de formação acadêmica: aos meus pais – Álvaro e Zélia – pelas possibilidades e incentivo; aos meus irmãos – Virginia e Álvaro Júnior – e sobrinhos – Sarah Heloisa, Vitor, João Gabriel e Samuel, pela ajuda e apoio.

Gratidão as professoras e professores da Escola de Governo, toda a equipe que possibilita o funcionamento da Fundação João Pinheiro, especialmente à Judith da biblioteca, pela cooperação nesses anos de estudo, Marilda, Afonso e Bibinha, pela amizade e papos descontraídos em relação às vivências práticas da vida.

A todos os meus amigos, em especial: Bruno Notini, Cesar Augusto Castro Alves e Julia Perdigão; a todos meus colegas, ao orientador deste trabalho, Claudio Burian Wanderley, pela leitura atenta e intervenções precisas, pela parceria e tantos ensinamentos; às professoras Nícia Raies, Carolina Portugal e Simone Dufloth, pela disponibilidade de tempo e por compartilhar tantos ensinamentos.

Agradecimento especial ao pessoal do *Projeto Seu Vizinho* – Bárbara Luísa Ribeiro (Babi), Paulo Vitor Ribeiro (PV), Diego Henrique Ribeiro (Chassi), Núbia Aparecida Ribeiro, Matheus Lobo, Ana Luiza Menezes (Aninha) –, ao amigo e conselheiro Washington Ferreira, por tantas discussões calorosas, e à colaboração e revisão primorosa de Sarah Carvalho e Rubens Cupertino.

RESUMO

Este trabalho busca analisar a economia criativa em relação aos territórios vulneráveis. Ele consiste em um estudo de caso, com ênfase na geração de emprego e renda, sobre o Projeto Seu Vizinho, que atua no Aglomerado da Serra, em Belo Horizonte. Busca-se compreender como a Economia Criativa se organiza em territórios vulneráveis, qual a sua capacidade de empoderar a população local e como gerar emprego e renda para essa população. A Metodologia consiste de uma revisão literária sobre economia criativa, empreendedorismo e territórios vulneráveis; análise documental sobre as políticas públicas voltadas à cultura e ao empreendedorismo em territórios vulneráveis; e na realização de entrevistas semiestruturadas com os fundadores e com aplicação de questionário ao público participante do Projeto Seu Vizinho. Com o estudo foi possível perceber que o Projeto está inserido na economia criativa e é um gerador de emprego e renda para várias pessoas da comunidade. Em relação às políticas públicas no âmbito nacional e estadual, foi verificada a ausência de políticas específicas para o seguimento de economia criativa.

Palavras-Chave: Economia Criativa; *Seu Vizinho*; Políticas Públicas Culturais; Empreendedorismo Social; Emprego e Renda; Territórios Vulneráveis; Aglomerado da Serra; Minas Gerais.

ABSTRACT

This paper has a purpose to analyze the creative economy related to vulnerable territories. It consists of a study case, with emphasis on the job and income generation, about the Seu Vizinho Project that takes action on the Aglomerado da Serra, in Belo Horizonte. It pursues the understanding of how the creative economy organizes itself in vulnerable territories, and its capabilities towards the empowerment of the local population as well the generation of employment and income to them. The methodology consists of a literary revision about creative economy, entrepreneurship and vulnerable territories; documentary analysis about the public policies aimed at culture and entrepreneurship in vulnerable territories; also the realization of semi-structured interviews with the founders and the questionnaire application participating public from the Seu Vizinho Project. With the study it was possible to realize that the project is inserted in the creative economy, as it is a generator of jobs and incomes to various persons of the community. As for the public policies in the national and state range it was verified the absence of specific policies for the creative economy segment.

Keywords: Creative Economy; Seu Vizinho; Vulnerable Territories; Aglomerado da Serra; Cultural Public Policies; Social Entrepreneurship; Employment and Income; Minas Gerais.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Fluxograma da Cadeia de Indústria Criativa no Brasil.....	23
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Número de Empregados e Remuneração Média na Economia e na Indústria Criativa no Brasil, por Áreas e Segmentos Criativos – 2015 e 2017	25
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Grupos de Geração de empregos criativos.....	29
Figura 2: Aglomerado da Serra	59
Figura 3: Mapa das principais Vilas do Aglomerado da Serra.....	59
Figura 4: Campanha para Manutenção das atividades durante o ano de 2020	80
Figura 5: Financiamento coletivo através de Redes Sociais.	80
Figura 6: Divulgação de evento de captação (Breshow)	83
Figura 7: Divulgação de evento de captação (Show).	83
Figura 8: Divulgação da oficina de elaboração de currículo	85
Figura 9: Divulgação da oficina de Acroyoga	88
Figura 10: Posicionamento da importância do voto nas eleições municipais	89
Figura 11: Posicionamento do <i>Seu Vizinho</i> nas eleições presidenciais 2018	90
Figura 12: Informativo sobre o FUNDEB	91
Figura 13: Oficina de empreendedorismo	92
Figura 14: Divulgação da Festa Junina do <i>Seu Vizinho</i>	97
Figura 15: Celebração ao Dia dos Professores.	97
Figura 16: Celebração ao Dia Nacional da Luta das Pessoas com Deficiência	98
Figura 17: Divulgação da oficina de dança on-line.....	99
Figura 18: Oficina acontecendo por chamada de vídeo	100
Figura 19: Divulgação para a campanha de doação de celulares.....	100
Figura 20: Importância do registro OSC.....	101

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2017	24
Gráfico 2: Participação Estimada do PIB Criativo nas UFs	24
Gráfico 3: Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado – 2015 e 2017 (apreços de 2017)	26
Gráfico 4: Principais características do Aglomerado da Serra	67
Gráfico 5: Eventos, atividades e grupos mais citados	68
Gráfico 6: Distribuição de rendas	68
Gráfico 7: Mercado de trabalho	69
Gráfico 8: Principais potenciais de desenvolvimento	70
Gráfico 9: Principais fatores que incentivam o empreendedorismo	71
Gráfico 10: Principais fatores que não incentivam o empreendedorismo	71
Gráfico 11: Preferências em atividades artístico-culturais	107
Gráfico 12: Participação em oficina ou curso patrocinado pelo <i>Seu Vizinho</i>	108
Gráfico 13: Faixa etária dos entrevistados	109
Gráfico 14: Estado civil dos entrevistados	109
Gráfico 15: Raça ou cor dos entrevistados	110
Gráfico 16: Sexo dos entrevistados	111
Gráfico 17: Local onde acessa à internet com maior frequência	113
Gráfico 18: Qual o principal meio de acesso à internet	113
Gráfico 19: Grau de Escolaridade	119
Gráfico 20: Percentual de residentes no Aglomerado da Serra dos usuários do <i>Seu Vizinho</i>	119
Gráfico 21: Situação que melhor descreve o caso de cada participante em relação a proventos de renda	124
Gráfico 22: Vínculo de trabalho com o <i>Seu Vizinho</i> por parte dos participantes	124
Gráfico 23: Qual a ocupação profissional dos entrevistados?	126
Gráfico 24: Renda total familiar dos participantes	126
Gráfico 25: Experiências dos participantes com <i>Seu Vizinho</i>	127
Gráfico 26: Benefícios gerados para os participantes pelas ações do <i>Seu Vizinho</i>	128

LISTA DE FOTOS

Foto 1: Praça de dança do CCVM.....	65
Foto 2: Praça central do CCVM.....	65
Foto 3: Telecentro do CCVM.....	66
Foto 4: Carnaval 2017	74
Foto 5: Carnaval 2017	74
Foto 6: Oficina de percussão.....	76
Foto 7: Oficina de percussão.....	76
Foto 8: Segunda sede do <i>Seu Vizinho</i>	77
Foto 9: Sede atual do <i>Seu Vizinho</i>	78
Foto 10: Oficina de higiene bucal	85
Foto 11: Oficina de contação de história	86
Foto 12: Apresentação da oficina de dança	87
Foto 13: Oficina de Acroyoga	88
Foto 14: Participação em evento de empreendedorismo e Economia Criativa	93
Foto 15: Participação em evento de empreendedorismo	93
Foto 16: Produtos do Coletivo Roots Ativa.....	94
Foto 17: Equipe do Coletivo Roots Ativa.....	95
Foto 18: Grupo de teatro Morro Encena.....	96
Foto 19: Comemoração de Dia das Crianças, 2020.....	98

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Belotur-Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A

CAGED- Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CCVM – Centro Cultural Vila Marçola

CODEMGE - Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais

COVID-19 - Corona Vírus Disease (Doença do Coronavírus), enquanto “19” se refere ao ano de 2019.

CRAS - Centro de Referência de Assistência Social

FIRJAN- Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

FJP - Fundação João Pinheiro (FJP)

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LEIC- Lei Estadual de Incentivo à Cultura

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECULT MG– Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais

SEDECTES- Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

ONG- Organização Não Governamental

ONU- Organização das Nações Unidas

OSC- Organização da Sociedade Civil

PBH- Prefeitura Municipal de Belo Horizonte

PIB- Produto Interno Bruto

PNUD-Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

SV - *Seu Vizinho*.

TICs - Tecnologias da Informação e Comunicação

UNCTAD - Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento -
(acrônimo *United Nations Conference on Trade and Development*)

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
- (acrônimo de *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*)

UFMG- Universidade Federal de Minas Gerais.

URBEL - Companhia Urbanizadora de Belo Horizonte

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. ECONOMIA CRIATIVA.....	19
2.1. ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL	22
2.2. ECONOMIA CRIATIVA NOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DE MINAS GERAIS	27
3. POLÍTICAS PÚBLICAS E CULTURA	31
3.1. POLÍTICAS CULTURAIS NO ESTADO DE MINAS GERAIS	33
3.2. POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS VOLTADAS À ECONOMIA CRIATIVA NACIONAL E NO ESTADO DE MINAS GERAIS.....	36
4. EMPREENDEDORISMO SOCIAL	39
4.1. EMPREENDEDORISMO CULTURAL	42
4.2. EMPREGO E RENDA A IMPORTÂNCIA DA GERAÇÃO DE RENDAS	46
5. TERRITÓRIOS VULNERÁVEIS, AGLOMERADO DA SERRA, PROJETO SEU VIZINHO.....	53
5.1. AGLOMERADO DA SERRA.....	56
5.1.1. A HISTÓRIA DA FORMAÇÃO DO AGLOMERADO DA SERRA.....	57
5.1.2. VILA SÃO LUCAS E O CENTRO CULTURAL LÁ DA FAVELINHA	62
5.2. CULTURA, EMPREGO E RENDA, EMPREENDEDORISMO E ECONOMIA CRIATIVA NO AGLOMERADO DA SERRA.....	64
5.3. PROJETO - BLOCO SEU VIZINHO, ESCOLA DE ARTE PERIFÉRICA.....	72
5.3.1. SEDE DO BLOCO SEU VINHO.....	76
5.3.2. FORMAS DE FINANCIAMENTO DO PROJETO SEU VIZINHO.....	78
5.3.2.1. FINANCIAMENTOS COLETIVOS	79
5.3.2.2. FINANCIAMENTO ATRAVÉS DE EDITAIS.....	81
5.3.2.3. FORMAS DE CAPTAÇÃO ATRAVÉS DE SHOWS.....	82
5.3.3. ATIVIDADES, OFICINAS E CURSOS REALIZADOS PELO SEU VIZINHO.....	84
5.3.3.1. OFICINA DE DANÇA E CONTAÇÃO DE HISTÓRIA.....	86
5.3.3.2. OFICINA DE ACROYOGA	87
5.3.4. RELAÇÃO POLÍTICA E REPRESENTATIVIDADE NO PROJETO SEU VIZINHO...	89
5.3.5. EMPREENDEDORISMO NO SEU VIZINHO.....	91

5.3.6. ECONOMIA CRIATIVA E O PROJETO SEU VIZINHO	92
5.3.7. PARCERIAS DO PROJETO SEU VIZINHO	94
5.3.8. SEU VIZINHO E AS DATAS FESTIVAS.....	96
5.3.9. SEU VIZINHO DURANTE A PANDEMIA ANO DE 2020.....	99
5.3.10. SEU VIZINHO E O PROCESSO DE REGULARIZAÇÃO	101
5.3.11. SEU VIZINHO É A RELAÇÃO DE PODER INTERNA, ESTRUTURAÇÃO PARA O FUTURO.....	102
6. METODOLOGIA	103
7. ESTUDO DE CASO E ANÁLISE DE DADOS	105
7.1. AGLOMERADO DA SERRA E A ECONOMIA CRIATIVA	106
7.1.1. SEU VIZINHO, O AGLOMERADO E A TECNOLOGIA	111
7.2. SEU VIZINHO EM RELAÇÃO A FINANCIAMENTO E FOMENTO	117
7.2.1. FINANCIAMENTO	117
7.2.2. FINANCIAMENTO COLETIVO E FINANCIAMENTO DE EMPRESAS ..	121
7.3. SEU VIZINHO E O EMPREENDEDORISMO	122
7.3.1. EMPREENDEDORISMO SOCIAL.....	123
7.3.2. GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA.....	123
7.4. EMPODERAMENTO	128
7.5. SEU VIZINHO E AS PARCERIAS ESTABELECIDAS	130
7.6. SEU VIZINHO E O PODER PÚBLICO	131
7.7. CONCLUSÃO.....	131
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	134
REFERÊNCIAS.....	137
APÊNDICE.....	143

1. INTRODUÇÃO

A economia criativa surge como uma nova perspectiva no cenário das políticas públicas de desenvolvimento. A identificação da criatividade como insumo importante do processo produtivo e como elemento capaz de agregar valor e gerar emprego e renda nas economias locais levou os governos, a partir da década de 90, a implementarem políticas públicas capazes de alavancá-la.

Como definição conceitual para a economia criativa, utilizaremos a proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU). As atividades relacionadas à economia criativa encontram-se na interseção 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).

A inovação não é vista apenas como a arte de criação ou da novidade, mas também de ressignificação e requalificação de produtos e lugares ou serviços já existentes, inclusive de valorização e empoderamento de populações. As representações gráficas desenhadas na economia tradicional não estão apenas dependentes das variações do aumento ou diminuição da produção ou no deslocamento das curvas da oferta de serviços, mas também na criatividade, inovação e geração de produtos com dificuldades de valoração. A arte é um bom exemplo de dificuldade de valoração, pois representa produtos ofertados além do objeto palpável, carregando o intangível do custo da criatividade. (VALIATI; MOLLER, 2016)

A economia criativa passa a assumir um papel importante como geradora de um incremento nos números relativos a emprego e renda, movimentando valores expressivos – também presentes na área cultural –, enquanto as políticas públicas culturais tentam fomentar e facilitar a distribuição desses recursos.

A falta de dados e informações relativos à cultura e à economia criativa é muito grande. E isto é mais forte naquelas ações que acontecem na informalidade ou em situações de vulnerabilidades, relacionadas a territórios coletivos ou de minorias, que desenvolvem cada vez mais ações criativas e de inovação. Essas ações são extremamente importantes.

Este trabalho teve como propósito analisar o surgimento do *Projeto Seu Vizinho*, localizado na Vila Marçola, no Aglomerado da Serra, situado na região sul da cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais –, suas ações associadas à economia criativa e a relação com a cultura e o empoderamento da comunidade. Ou seja, trata-se de um estudo de caso sobre a importância da cultura e do empreendedorismo social na geração de emprego e renda em territórios vulneráveis. Isto é fundamental para que se possa, posteriormente (em outros trabalhos), pensar em políticas públicas que possam alavancar esse tipo de empreendimento.

O presente trabalho estrutura-se com uma pesquisa qualitativa que se propõe, como objetivo geral, investigar a trajetória do *Projeto Seu Vizinho* como fomentador de emprego e renda em um território vulnerável, com ações dentro do contexto de criatividade e inovação, desdobrando-se nos seguintes objetivos específicos:

- Investigar o referencial bibliográfico em relação aos territórios vulneráveis, empreendedorismo social e o setor da Economia Criativa.
- Investigar a trajetória do *Projeto Seu Vizinho*.
- Investigar a geração de emprego e renda a partir das ações do *Projeto Seu Vizinho*.
- Analisar a relação do *Projeto Seu Vizinho* com os instrumentos de fomento cultural do Estado.
- Analisar relações de poder e interesse entre o *Projeto Seu Vizinho* e o poder público, nas esferas do legislativo, executivo e judiciário.

A relevância deste projeto se dá pela pouca inserção e importância das políticas públicas para fomentar e incentivar tanto as ações de empreendedorismo social quanto o setor de economia criativa, na geração de emprego e renda em territórios vulneráveis, comunidades ou coletivos. As perguntas norteadoras para este projeto foram: Como se deu o desenvolvimento do *Projeto Seu Vizinho* na comunidade da Serra, a sua inserção no setor de Economia Criativa e sua contribuição para a comunidade como forma de geração de emprego e renda?

Dessa forma, analisar a capacidade de o *Projeto Seu Vizinho* construir espaços de criação e fruição da cultura, geração de emprego e renda é a importância desse trabalho, para contribuir com a compreensão das relações entre sociedade civil organizada e Estado, para a mobilização popular nesse setor da economia criativa.

Este trabalho utilizou-se de bibliografia específica e criou um estudo de caso, para o qual foi efetuado um levantamento via questionários e entrevistas semiestruturados, visita ao centro e ao Aglomerado da Serra. O trabalho está dividido da seguinte forma: Introdução, sete capítulos, conclusão e considerações finais. Na introdução, são descritos o apanhado das questões relacionadas à Economia Criativa, a relação com as políticas públicas e a apresentação do *Projeto Seu Vizinho*.

O segundo capítulo foi estruturado por meio de uma bibliografia sobre proposição para os conceitos de Economia Criativa, Economia Criativa no Brasil e Economia Criativa no estado de Minas Gerais, relacionada à geração de emprego e renda.

No terceiro capítulo, é feito um levantamento das políticas públicas nas áreas culturais e das duas formas mais importantes de captação de recursos através da cultura.

No quarto capítulo, é feita uma revisão bibliográfica relacionada a empreendedorismo social, geração de emprego e renda e empoderamento como forma de satisfação das pessoas.

No quinto capítulo, é elaborada a definição de territórios vulneráveis e apresentado o Aglomerado da Serra e o *Projeto Seu Vizinho*.

O sexto capítulo aborda a metodologia da realização da pesquisa. Os questionários tiveram como objetivo fornecer e coletar informações relacionadas à geração de emprego e renda e o empoderamento das pessoas envolvidas no projeto.

O sétimo capítulo trata da pesquisa em si por meio de entrevista com dois dos fundadores e aplicação de questionário semiestruturado com os participantes e

beneficiários do *Projeto Seu Vizinho*. As entrevistas ocorreram por sistema de videochamada, realizadas no mês de outubro de 2020. O roteiro da entrevista e a estrutura do questionário podem ser visualizados no apêndice do trabalho.

Por fim, são feitas a análise dos dados e as considerações finais. A análise de dados tenta responder às perguntas iniciais e ressalta algumas questões que não têm pretensão de esgotar ou concluir de forma definitiva em relação ao tema, abrindo algumas possibilidades de aprofundamento e sugestões para trabalhos complementares.

2. ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de economia criativa é bem amplo e assume características distintas segundo alguns autores. Para Howkins (2013), o conceito de economia criativa surge na Austrália, na década de 90, sendo o primeiro país a buscar explicitamente políticas para o setor. Para Fonseca (2011), o segundo país em que verdadeiramente floresceu a economia criativa foi a Inglaterra, na gestão do primeiro ministro Anthony Charles Lynton (“Tony” Blair) nos anos de 1997 a 2007, que buscou estabelecer uma relação entre tecnologia, inovação, cultura, criatividade e sustentabilidade.

A ideia de economia criativa seria unir o desenvolvimento da economia de maneira criativa, utilizando como matéria-prima o “capital intelectual” carregado por valores simbólicos. Portanto, é preciso que se tenha a inovação como fator diferencial.

Segundo Howkins (2013), o modelo Inglês trata a economia criativa sob a perspectiva de indústrias e cidades criativas. No entanto, a governança da cidade criativa e a correção dos excessos economistas e instrumentistas são, sem dúvida, um dos desafios existentes da política cultural. Alguns autores defendem que a perspectiva da sustentabilidade deve marcar uma nova prioridade na qual contribui para um novo modelo de desenvolvimento e para o empoderamento dos cidadãos e da comunidade artística. O ideal, nesse contexto, é poder combinar uma cidade criativa no modelo Inglês com territórios vulneráveis com produções criativas.

Para Fonseca (2011), o modelo político cultural inglês desenvolvido na gestão “Tony” Blair se tornou uma referência por sua capacidade de articular o desenvolvimento urbano e o empoderamento cultural da cidade. Sua estratégia empreendedora foi apresentada como um equilíbrio entre objetivos instrumentais, capacidade de gerar valor cultural e sensibilidade à participação do cidadão.

A economia criativa gera renda e riqueza e, como consequência, qualidade de vida através de recursos como conhecimento, inovação, criatividade, cultura e muita experiência. Em relação à economia criativa na indústria, pode-se pensar nas constantes mudanças na indústria e no mercado financeiro do século XXI, trazidas

pela sua quarta grande revolução (a indústria 4.0¹) nos ramos econômicos, sociais e políticos. As inovações e grandes ondas e o uso dos elementos culturais sempre ocorreram. A Inglaterra se reinventa com o declínio do setor manufatureiro e minerário e com o crescimento de serviços de alto valor agregado (financeiros e culturais). No resto do mundo, a crescente importância da cultura, do lazer e do turismo, juntamente com uma comoditização da indústria, explica esta situação (HOWKINS, 2013).

Caves, por exemplo, entende por indústrias criativas as relacionadas a artes, cultura e entretenimento em geral. Já para Howkins, o divisor de águas da Economia Criativa seria o potencial de gerar direitos de propriedade intelectual (a “moeda” da Economia Criativa), expandindo sua abrangência dos direitos autorais para desenhos industriais, marcas registradas e patentes. (...) Já John Hartley propõe uma definição plural: a ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com indústrias culturais (escala de massa) no contexto das novas tecnologias de mídia (TICs) em uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos. (REIS. C, 2008, p.22-23 *apud* BASTOS, et al, 2016, p.2).

Para Fonseca (2014), os setores que estão envolvidos na economia criativa no Brasil baseiam-se em lucratividade, espaço no mercado e saída do produto. Pensando nesse panorama, pode-se afirmar que as empresas que se enquadram em uma economia criativa na área de serviços criativos são: arquitetura; propaganda; cultura; novas mídias; jogos e conteúdos digitais; audiovisual; cinema; televisão; rádio. Na área da indústria criativa: artesanatos; quadros; criação de carros; criação de móveis.

A produção na indústria cultural depende de demandas para ser confeccionada e está diretamente relacionada às encomendas de seus artefatos, enquanto as indústrias tradicionais são vinculadas ao consumo no cotidiano. Algumas concepções da indústria são oportunizadas com a influência de novas tecnologias, pois possibilita outro olhar para as inovações e ideias que vão além do cotidiano de uma empresa. A criatividade é como uma matéria-prima essencial e não um produto que pode ser comercializado. Ou seja, a criação necessita passar por um processo para ser desenvolvido. Algo simples nas mãos de um indivíduo criativo pode se tornar algo capaz de

¹ Indústria 4.0 - Também chamada de quarta revolução industrial, essa expressão trata das novas tecnologias para automação e troca de dados. Baseada em alguns pilares como: coleta de dados está cada vez mais intensa, tendo origem em dispositivos móveis, plataformas de IoT (do inglês Internet of Things), tecnologias de localização e sensores inteligentes. Estas tecnologias, conectadas à nuvem, possibilitam a análise e processamento massivo dos dados e podem contribuir de forma muito positiva para agregação de valor, aumento de produtividade de processos e intensa diminuição dos custos de transação. Como por exemplo, com as interfaces homem-máquina, as roupas robóticas, que permitem as pessoas realizarem trabalhos que não fariam antes, como carregar grandes quantidades de peso. A realidade virtual que possibilita visualizar informações do mundo digital no mundo real. A impressão 3D e na segurança de detecção de fraude. Sem deixar de lado a Inteligência artificial e suas vertentes integradas.

transformar a vida de si mesmo e dos demais a sua volta. (HOWKINS, 2013, p.32).

Segundo Howkins (2013), o conceito de criatividade está no íntimo de um indivíduo. Dessa forma, a ideia surge e logo após vai amadurecendo até que apareça o desejo de compartilhar com outras pessoas. Quando a criatividade floresce, é necessário que ela seja aceita pelos demais, possibilitando grande progresso. Esse compartilhar é de difícil mensuração, traz rentabilidade e impulsiona o potencial dos indivíduos para que eles tenham um crescimento diferenciado dentro da sociedade e de uma organização.

Valiati e Moller (2016) trabalham com o conceito de economia criativa a partir da estrutura das comunidades criativas que, por sua vez, delimita cinco esferas de atuação: Mercado, Governança, Lógica, Social e Cultural.

A distinção das cinco esferas segundo Valiati e Moller (2016) é importante para definir a economia criativa de forma global. Não se trata apenas de produzir produtos e comercializá-los no mercado por um preço atrativo com ou sem o apoio do governo, mas sim sobre como as comunidades criativas irão atuar. Os produtores incentivam as pessoas a participarem e contribuírem para tais comunidades. Dessa forma, a participação é social e, portanto, toma lugar na esfera social.

Bens criativos requerem ambientes sociais de pessoas capazes de apreciá-los, compartilhá-los e aplaudi-los. Novos bens requerem diferentes ambientes e, conseqüentemente, inovações sociais. Ao contrário do que a perspectiva padrão da economia sugere, bens criativos precisam de inovações sociais para florescer antes de serem jogados para o mercado de bens. Entender tudo isso é o que motiva nosso programa de pesquisa. (VALIATI; MOLLER, 2016. p.11)

Valiati e Moller (2016) acreditam na importância do mercado e dos movimentos sociais para formatar o desenvolvimento do setor criativo e que, sem esses movimentos e ações dos indivíduos ou do poder privado, as ações governamentais por si só perdem o sentido e não conseguem alavancar esse setor. As próprias leis de fomento cultural têm que partir da ação ou de iniciativa particular para as demandas públicas.

Segundo Valiati e Moller (2016), a economia criativa está também ligada fortemente à esfera social, sendo necessário mirar nessa esfera para ter um melhor entendimento da economia criativa, assim como é importante ater-se às inovações sociais como práticas para a geração de novas comunidades criativas, já que grande

parte da economia criativa e imaginária está relacionada com ideias, imagens, experiências e valores.

São poucas as chances de controlar diretamente os processos criativos de forma governamental. Um exemplo é o carnaval de Belo Horizonte, que surge como forma criativa de vários movimentos da população, para só depois o poder estatal, através da prefeitura, entrar de forma a efetuar a regulação do evento. Os governos têm olhado cada vez mais para economia criativa como forma de desenvolvimento e crescimento econômico.

2.1. ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

No Brasil, o movimento de acompanhar a economia criativa é recente. Um exemplo são os dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), que efetua um acompanhamento da indústria criativa desde o ano de 2013 e já emitiu alguns relatórios comparativos definindo economia criativa em 13 segmentos criativos, agrupados em quatro grandes áreas criativas. São elas: Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade & Marketing), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia – (P&D; planejamento e desenvolvimento em inovação; recursos humanos em Ciência, Tecnologia e Inovação – CT&I); tecnologias transversais (biotecnologia, nanotecnologia, entre outras, e TICs, que é o conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que proporcionam, por meio das funções de *hardware*, *software* e telecomunicações, a automação e comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem).

O fluxo da economia criativa pode ser categorizado segundo o quadro a seguir:

Quadro 1: Fluxograma da Cadeia de Indústria Criativa no Brasil

Indústria Criativa (Núcleo)			
Consumo	Cultura	Mídias	Técnoologia
Publicidade & Marketing: Atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos	Expressões Culturais: Artesanato, folclore, gastronomia	Editorial: Edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital.	P&D: Desenvolvimento experimental e pesquisa em geral exceto biologia.
Arquitetura: Design e projeto de edificações, paisagens e ambientes. Planejamento e conservação.	Patrimônio & Artes: Serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio histórico.	Audiovisual: Desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão.	Biotecnologia: Bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais.
Design: Design gráfico, multimídia e de móveis	Música: Gravação, edição e mixagem de som; criação e interpretação musical.		TIC: Desenvolvimento de softwares, sistemas, consultoria em TI e robótica.
Moda: Desenho de roupas, acessórios e calçados e modelistas	Artes Cênicas: Atuação; produção e direção de espetáculos teatrais e de dança.		
Atividades Relacionadas			
Indústrias		Serviços	
<ul style="list-style-type: none"> - Materiais para publicidade; - Confeção de roupas; - Aparelhos de gravação e transmissão de som e imagens; - Impressão de livros, jornais e revistas; - Instrumentos musicais; - Metalurgia de metais preciosos; - Curtimentos e outras preparações do couro; 		<ul style="list-style-type: none"> - Equipamentos de informática; - Equipamentos eletrônicos; - Cosmética; - Produção de Hardware; - Equipamentos de laboratório; - Fabricação de madeira e mobiliário. 	
		<ul style="list-style-type: none"> - Registro de marcas e patentes; - Serviços de engenharia; - Distribuição, venda e aluguel de mídias audiovisuais; - Comércio varejista de moda, cosmética, artesanato; 	
		<ul style="list-style-type: none"> - Livrarias, editoras e bancas de jornal; - Suporte técnico de TI; - Operadoras de televisão por assinatura. 	
Apoio			
<ul style="list-style-type: none"> - Construção Civil: Obras e serviços de edificação. - Indústria e Varejo de Insumos, Ferramentas e Maquinário. - Tecelagem. 		<ul style="list-style-type: none"> - Representação Comercial - Comércio: Aparelho de som e imagem, instrumentos musicais; moda e cosmética em atacado. 	
		<ul style="list-style-type: none"> - Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos - Serviço de tradução - Agenciamento de Direitos Autorais 	

Fonte: FIRJAN, 2019. p.6

Em relação à ótica da produção referente à economia criativa, as empresas vêm aumentando seus investimentos na inovação, tendo em vista as mudanças e os rearranjos da economia e da sociedade. Segundo o relatório de Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, elaborado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), em 2019, a economia criativa deixou de ser considerada um nicho de mercado e passou a ser parte essencial da cadeia produtiva. Trata-se

de “um insumo tão relevante quanto o capital, o trabalho e as matérias-primas para uma quantidade cada vez maior de setores, viabilizando novos processos produtivos, buscando novos mercados e promovendo a eficiência” (FIRJAN, 2019. p.10). A economia criativa renovaria a capacidade estratégica das empresas e demanda um novo perfil profissional – colaboradores focados em inovação.

Neste contexto, o Gráfico 1 apresenta um dado interessante. É possível notar que, nos últimos anos, sugere uma estabilidade na participação do PIB – Produto Interno Bruto – criativo, da ordem de 2,6%, acompanhando o próprio processo de queda da economia em geral.

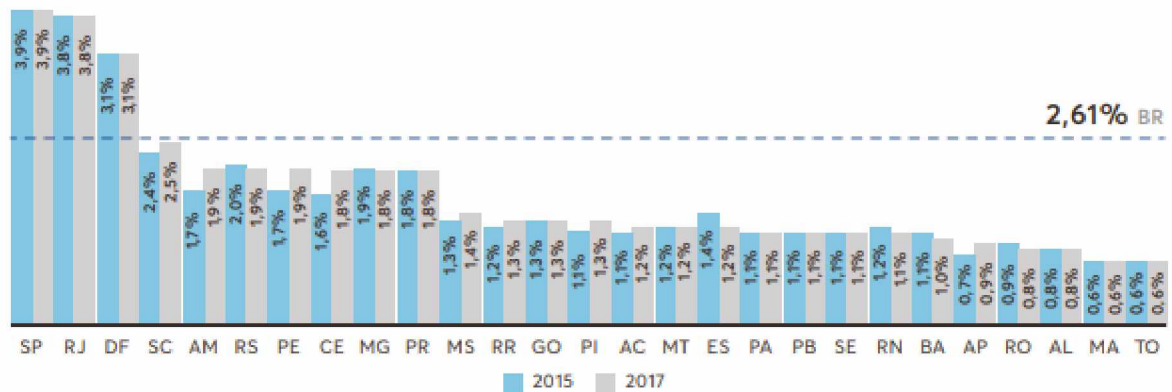
Gráfico 1: Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2017



Fonte: FIRJAN, 2019. p.10

O Gráfico 2, a seguir, complementa o Gráfico 1, estabelecendo um recorte regionalizado do PIB.

Gráfico 2: Participação Estimada do PIB Criativo nas Unidades da Federação



Fonte: FIRJAN, 2019. p.11

As maiores participações da indústria criativa nos PIBs estaduais ocorreram em São Paulo (3,9%), Rio de Janeiro (3,8%) e Distrito Federal (3,1%), todos acima da média nacional, de 2,61%. Nesse cenário, as oportunidades são grandes no estado de Minas Gerais, que ocupa a nona posição em relação aos dados de economia criativa e sua evolução. O estado apresentou, no ano de 2017, posicionamento muito abaixo da média brasileira (1,7%).

Em relação à ótica do mercado de trabalho, os dados da FIRJAN apresentam apenas mercado de trabalho formal. Não podemos deixar de registrar que a informalidade é muito forte nos setores da economia criativa. Abaixo, na Tabela 1, temos apenas as relações formais.

Tabela 1: Número de Empregados e Remuneração Média na Economia e na Indústria Criativa no Brasil, por Áreas e Segmentos Criativos – 2015 e 2017

Segmento	Empregos				Salários			
	2015	2017	Var.	%	2015	2017	Var.	%
Total mercadodetrabalho	48.060.807	46.281.590	-3,7	R\$	2.681	R\$	2.777	3,6
Indústria Criativa	871.010	837.206	-3,9	R\$	6.810	R\$	6.801	-0,1
Consumo	382.444	366.352	-4,2	R\$	5.919	R\$	5.841	-1,3
Publicidade &Marketing	137.767	150.794	9,5	R\$	6.820	R\$	6.653	-2,5
Arquitetura	113.499	94.801	-16,5	R\$	8.465	R\$	8.385	-0,9
Design	81.863	76.090	-7,1	R\$	3.293	R\$	3.276	-0,5
Moda	49.315	44.667	-9,4	R\$	1.905	R\$	2.074	8,9
Cultura	66.954	64.853	-3,1	R\$	3.164	R\$	3.237	2,3
Expressões Culturais	26.815	28.403	5,9	R\$	2.026	R\$	2.218	9,5
Patrimônio e Artes	16.005	14.170	-11,5	R\$	4.796	R\$	4.743	-1,1
Música	12.416	11.478	-7,6	R\$	3.092	R\$	3.210	3,8
Artes Cênicas	11.718	10.802	-7,8	R\$	3.615	R\$	3.968	9,8
Mídias	104.450	95.562	-8,5	R\$	3.887	R\$	4.069	4,7
Editorial	58.281	54.678	-6,2	R\$	4.534	R\$	4.690	3,4
Audiovisual	46.169	40.884	-11,4	R\$	3.069	R\$	3.240	5,6
Tecnologia	317.162	310.439	-2,1	R\$	9.616	R\$	9.518	-1
P&D	167.486	156.012	-6,9	R\$	12.137	R\$	12.188	0,4
TIC	121.280	123.415	1,8	R\$	6.986	R\$	7.086	1,4
Bioteecnologia	28.396	31.012	9,2	R\$	5.986	R\$	5.765	-3,7

Fonte: FIRJAN, 2019. p.13

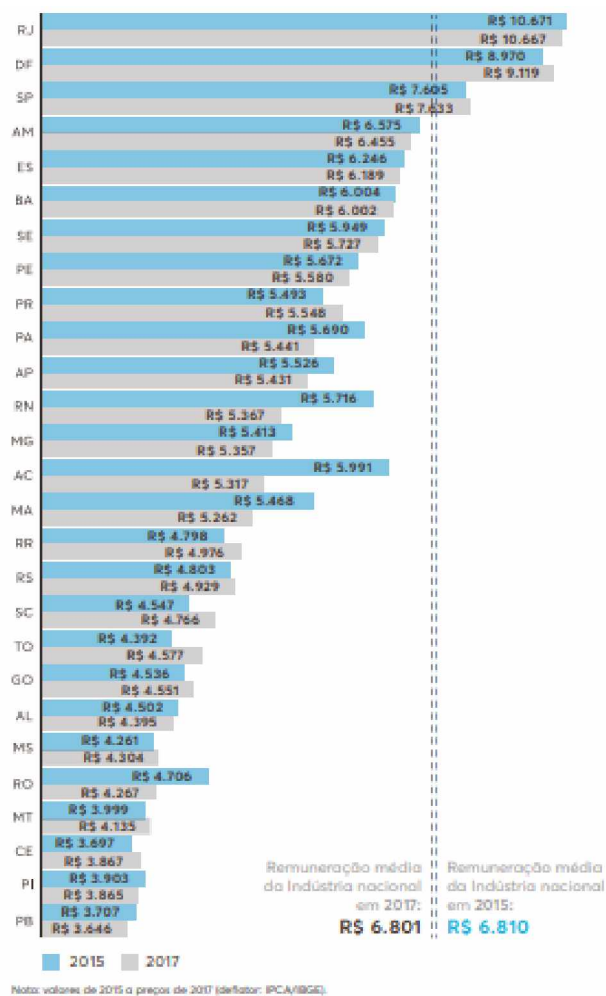
Nessa relação, o setor cultural tem uma representatividade importante na economia criativa. Segundo os dados apresentados no relatório da FIRJAN, em 2017, o Brasil contou com 837,2 mil profissionais criativos formalmente empregados, o que representa queda de 3,9% em relação aos 871 mil vínculos formais registrados em 2015. Segundo dados do IBGE, a informalidade do setor cultural é maior que a formalidade.

O número de empresas ligadas à cultura caiu no Brasil entre 2007 e 2017, passando de 353 mil para 325 mil. Em 2010, eram 380 mil companhias atuando no setor. Os dados, que têm como base o Cadastro Central de Empresas, constam na pesquisa de informações e indicadores culturais,

divulgada nesta quinta-feira pelo IBGE. Em 2017, o setor movimentou R\$ 226 bilhões. O levantamento revela que houve uma redução também na proporção de empregados com carteira assinada, que foi de 45% em 2014 para 34,6% em 2018. Em consequência disso, a informalidade no setor cresceu, indo de 38% para 45,2% nesse mesmo período. (SOUTO, 2019, p.18)

Outro fator importante em relação à remuneração média do setor criativo é que, geralmente, há uma variação maior que os outros segmentos da economia, como se pode notar no Gráfico 3, a seguir:

Gráfico 3: Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado – 2015 e 2017 (apreços de 2017).



Fonte: FIRJAN, 2019, p.17

Apesar de o Gráfico 3 levar em consideração apenas dados de empregos formais, existe literatura que trata dos ganhos expressivos da informalidade, mas que muitas vezes está relacionada à precarização do trabalho e a uma ausência de direitos e garantias que a formalidade proporciona tanto no campo da segurança do trabalho como nas garantias previdenciárias e de aposentadoria.

Com esse cenário em mente, é importante perguntar: Como se deu o desenvolvimento do *Projeto Seu Vizinho* na comunidade da Serra, sua inserção no setor de economia criativa e sua contribuição para os beneficiários com a geração de emprego e renda?

Quando analisamos os números relacionados à economia criativa no Brasil, é importante salientarmos que não existe uma determinação padrão dos setores que a compõem. Dessa forma, os números podem apresentar diferenças significativas. Dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) parte da base de dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) para dados mensais e os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) para dados anuais, que apresenta diferenças em relação às publicações do Radar uma publicação do P7 Criativo - uma associação independente sem fins lucrativos que une o Governo de Minas, Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (Codemge), Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais (SEBRAE Minas), Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais (Sistema Fiemg), Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Sedectes) e Fundação João Pinheiro (FJP) -, que trabalha também com os dados da base da Relação Anual de Informações Sociais (Rais). Essa diferença na publicação dos dados está relacionada aos setores selecionados.

Os estudos apresentam, geralmente, os dados formais relacionados à economia criativa. Na sequência, segue uma análise do estado de Minas Gerais e a relação com os municípios.

2.2. ECONOMIA CRIATIVA NOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Segundo Bastos (2016), o desenvolvimento de um país ou de uma região está cada dia mais dependente de inovações, tanto de tecnologias quanto de recursos renováveis e de ideias. Porém, as ideias, quando interligadas à criatividade, à imaginação e à inovação, abrem novas possibilidades de crescimento e desenvolvimento.

(...) a criatividade e principalmente a diversidade cultural no Brasil passa a ser compreendida muito além de um bem a ser valorizado, mas sim como uma espécie de ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento econômico. A novidade reside no reconhecimento de que a

criatividade tem o papel de motivar novos modelos de negócios, processos organizacionais e uma arquitetura institucional que galvaniza setores e agentes econômicos e sociais. (BASTOS, 2016. p.1)

Em seu estudo, Bastos (2016) analisou a participação da economia criativa nos municípios do estado de Minas Gerais. Utilizando dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), no período de 2012, o autor discorre sobre os resultados que revelam que o estado de Minas Gerais possui 863.969 empregos criativos espalhados por 105.615 estabelecimentos, a grande maioria de pequeno porte.

A cadeia da Indústria Criativa do Estado de Minas Gerais é responsável pela existência de 863.969 empregos. Dentre as três grandes áreas da cadeia, as responsáveis pela maior empregabilidade são as Atividades Relacionadas (47,17%) e o Apoio (43,45%), compreendendo 782.944 empregos do total. Já os empregos do Núcleo representam 9,37%, isto é, 81.025 empregados nos setores cadeia produtiva. Nas Atividades Relacionadas (60,61%) e de Apoio (32,18%) predominam a maior quantidade de estabelecimentos, compreendendo 92,80% do total, sendo apenas 7,197% as empresas que representam o Núcleo criativo no estado. (BASTOS, 2016. p.1987- 1988)

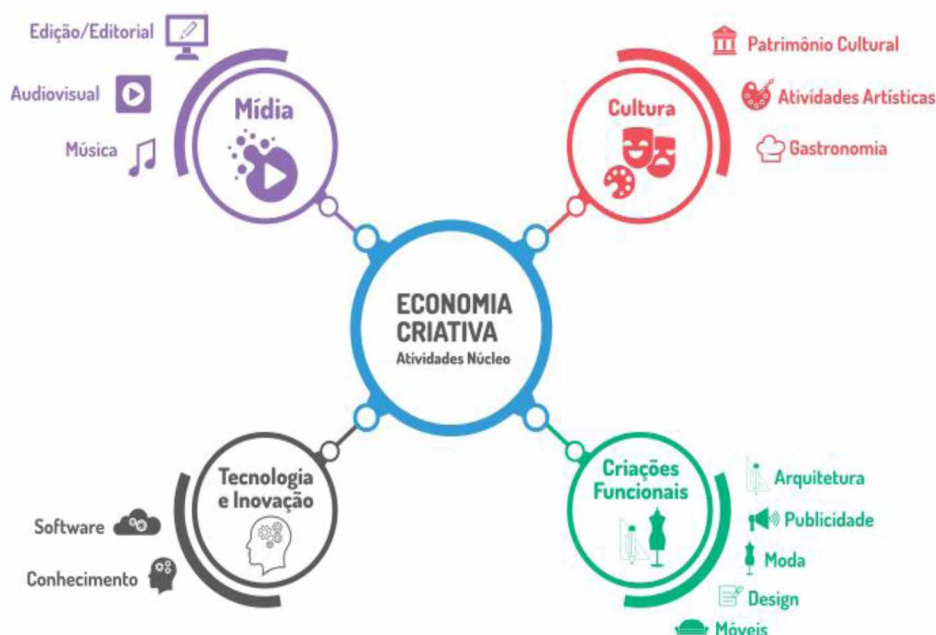
Segundo Bastos (2016), em sua maioria, a força de trabalho cultural possui até o Ensino Médio completo. Dos 853 municípios que compõem o estado, os que se destacam possuindo atividades da cadeia criativa se localizam principalmente nas Regiões Metropolitanas, Zona da Mata, Campo das Vertentes e Sul de Minas, estando as atividades principalmente concentradas na região da capital. Apesar de a análise de Bastos (2016) estar relacionada ao ano de 2012, há um trabalho de pesquisa mais recente voltado para os empregos criativos nos setores culturais.

Já os dados da publicação Radar Observatório, baseados na fonte RAIS 2016, colocam Minas Gerais em terceiro lugar no ranking nacional de geração de empregos criativos:

Em Minas Gerais, a economia criativa é responsável pela geração de mais de 450 mil empregos formais, o que corresponde a 9,89% do total de empregos do estado. No ranking nacional, Minas Gerais figura em terceiro lugar, com cerca de 10% do total de empregos criativos do Brasil. Os grupos mais representativos do estado em termos de geração de empregos criativos são “Cultura” (54%) e “Criações Funcionais” (30,3%). Em seguida, aparecem os grupos “Tecnologia e Inovação” (9,7%) e “Mídia” (6%). (RADAR VOL.1, 2018. p.50)

É importante salientar que, segundo a publicação Radar (2018), “Criações Funcionais” representam todo serviço que não pode ser caracterizado como cultural, mas supostamente usa muitos insumos culturais, como, por exemplo: moda, arquitetura, design, móveis e publicidade. O conceito fica mais evidente na Figura 1:

Figura 1: Grupos de Geração de empregos criativos



Fonte: RADAR VOL.1, 2018. p. 22

Vale a pena ressaltar os números da informalidade no mercado nacional, apontados pelo IBGE, que cresceu entre os anos de 2014 a 2018. A variação da informalidade de ocupações de trabalho é representada por vários setores, levando em conta trabalhadores domésticos sem carteira de trabalho assinada, trabalhadores considerados autônomos ou conta própria, empregadores que não contribuem para a previdência social e trabalhadores familiares auxiliares. Esse tipo de ocupação aumentou consideravelmente dentro do setor cultural. Analisando 2014, tinha-se 38,3%, o que representa 2 milhões de trabalhadores culturais que estavam na informalidade, enquanto que, em 2018, o percentual atingiu 45,2%, o que representa 2,4 milhões de trabalhadores.

O IBGE mostra, ainda, que nesse mesmo período o número de trabalhadores culturais formais apresentou queda. Em 2014, representavam 61,7%, o equivalente a 3,2 milhões dos trabalhadores do setor. Em 2018, o percentual caiu para 54,8% (2,9 milhões). Os trabalhadores do setor cultural têm carga horária inferior ao total geral brasileiro. Isso se dá, muitas vezes, em função dos trabalhadores do setor que estão simultaneamente em atividades distintas, dispondo de mais de uma forma de renda. Para Pellegrini (2020), muitas vezes os profissionais do setor cultural têm uma ocupação alternativa (e, devido a isto, é classificada como ocupação principal)

que o sustenta. Isto permite a este trabalhador se empenhar em alguma atividade artística que, infelizmente, não seria capaz de sustentá-lo.

Com o foco em poucos trabalhos, artigos e pesquisas existentes relacionados à representatividade dos trabalhadores informais no Mercado da Economia Criativa em territórios vulneráveis, o empreendedorismo social, apesar da sua representatividade como parte da engrenagem da economia criativa, não aparece nas classificações formais do setor. O foco, geralmente, da economia criativa se concentra nas grandes áreas, conforme classificadas anteriormente pela Firjan (2019): Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade & Marketing), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia – (P&D; planejamento e desenvolvimento em inovação; recursos humanos em Ciência, Tecnologia e Inovação – CT&I); e as tecnologias transversais que também pertencem ao grupo tecnologia (biotecnologia, nanotecnologia, entre outras, e TICs, que é o conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que proporcionam, por meio das funções de *hardware*, *software* e telecomunicações, a automação e comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem).

A economia criativa dentro do universo das políticas públicas geralmente está relacionada com a Secretaria de Cultura ou nas denominações que encontram similaridades com a função dessas secretarias nos estados brasileiros, que começam a trabalhar essa economia na perspectiva mais de oportunidade de incremento de ganhos.

No próximo capítulo, pretende-se traçar um perfil das políticas públicas no setor da cultura e da economia criativa nas esferas federal e estadual.

3. POLÍTICAS PÚBLICAS E CULTURA

Neste capítulo, pretende-se fazer um levantamento sobre: a trajetória da política pública relacionada ao setor cultural no Brasil; as dificuldades apesar da importância do setor de se firmar com o status de Ministério; os desdobramentos em nível estadual de duas das principais formas de captação para o setor cultural e para economia criativa no estado de Minas Gerais – Lei de Incentivo à Cultura de Minas Gerais (LEIC) e do Fundo Estadual de Cultura (FEC).

Políticas públicas na área cultural brasileira têm uma característica relativamente nova. Segundo Calabre (2007), a política pública na área cultural tinha como proposta inicial apenas cuidar do patrimônio material e administrá-lo. Esse fato aconteceu com o processo da reforma administrativa na primeira gestão do Presidente Getúlio Vargas, em 1930. Posteriormente, a cultura tratou das questões relacionadas aos movimentos e às manifestações culturais para além de prédios físicos e patrimônios palpáveis. Mas essas políticas ainda apresentavam uma grande inconsistência nos projetos e programas; elas seriam ainda muito reféns da vontade política eleita e não parte de um entendimento estruturante das políticas públicas.

Segundo Eduardo Nivón Bolán, a política cultural como uma ação global e organizada é algo que surge no período pós-guerra, por volta da década de 1950. Até então, o que se verificava eram relações, de tensão ou não, entre o campo do político e o da cultura e da arte em geral, gerando atos isolados. A institucionalização da política cultural é uma característica dos tempos atuais. (CALABRE, 2007. p.1)

Historicamente, a área cultural brasileira esteve subordinada a algum Ministério. Esses desdobramentos, citados por Calabre (2007), quase sempre são também percebidos nos estados, através da divisão de suas secretarias. Majoritariamente, a Cultura, tanto em nível federal quanto nos estados brasileiros, esteve vinculada à pasta da Educação desde a sua criação.

O surgimento do Ministério da Cultura aconteceu na década de 80, durante o governo Sarney (Celso Furtado foi o primeiro Ministro da Cultura), mas foi extinto com a posse do presidente Fernando Collor de Mello, em 1990. Em 1992, sob o governo de Itamar Franco, o Ministério da Cultura foi recriado.

Em 1985, durante o governo do Presidente José Sarney, foi criado o Ministério da Cultura. Dentro dos órgãos que compunham a Secretaria de Cultura a maioria era de opinião de que mais valia uma secretaria forte que um ministério fraco. Um dos maiores defensores dessa ideia havia sido Aloísio Magalhães, falecido em 1982. Logo de início o Ministério enfrentou muitos problemas, tanto de ordem financeira como administrativa, confirmando a tese de que a separação significaria enfraquecimento. (CALABRE, 2011. p.11)

Na gestão petista, com o Ministro Gilberto Gil, foi realizada a abertura de diálogos com representantes da sociedade para construção de uma política pública mais inclusiva. Como consequência, obteve-se a revisão de vários processos, como o incentivo ao fomento, a distribuição dos recursos públicos e da Lei Rouanet, criada no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso (CALABRE, 2007).

No estado de Minas Gerais, no ano de 1997, ocorreu a criação da Lei de Incentivo à Cultura e, em 2018, a criação da Lei Estadual nº22.944, como forma de incentivo à execução de projetos culturais através de desconto no valor devido pelas empresas no Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS). Esses repasses são garantidos por meio de apresentação de projetos e são uma das principais formas de repasse de recursos públicos para Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas de Direito Privado com ou sem fins lucrativos no setor da cultura.

A Lei Estadual de Incentivo à Cultura (LEIC), criada em dezembro de 1997, é um mecanismo de apoio à produção cultural do Estado para incentivo à execução de projetos artísticos-culturais por meio de dedução do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS). Atua na forma de mecenato, no qual todo contribuinte que apoiar financeiramente projeto cultural poderá deduzir do imposto devido o valor destinado ao projeto, conforme determina a Lei Estadual nº 22.944/2018, e Decreto Estadual nº 47.427/2018. Desde sua criação, a LEI já apoiou aproximadamente 7.500 projetos culturais de todo o Estado, em valores superiores a R\$ 930 milhões. (Secretaria de Cultura do Estado de Minas Gerais, junho 2020)

Vale ressaltar que a Lei 22.944/2018 foi regulamentada e revista e, através do Decreto Estadual nº47427/2018, complementada em relação à utilização dos recursos provenientes de descontos no Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) devido pelas empresas.

Um dos grandes desafios da gestão pública da cultura na avaliação das ações implementadas tem relação com os objetivos e a multiplicidade de efeitos buscados ou por ele alcançados. As ações públicas têm que demonstrar minimamente coerência entre o que se diz buscar e as ações postas em prática. Não existe relação direta de causa e efeito no campo da ação cultural, o que torna complexa a avaliação. (CALABRE, 2007, p.5)

Conforme apontado no trabalho de Moreira (2018), é importante salientar que os beneficiários, em sua maior parte desses recursos, são as categorias, grupos, empresas ou indivíduos com mais acesso, informações e recursos que são atendidos por essa importante verba. A economia criativa presente é inerente a muitos projetos culturais, desponta no cenário como forma de garantir o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda para vários setores, movimentando as cidades criativas, ações criativas e indústrias criativas. O grande desafio é fazer com que os territórios em vulnerabilidade consigam de alguma forma participar da distribuição desses recursos.

3.1. POLÍTICAS CULTURAIS NO ESTADO DE MINAS GERAIS

Alguns trabalhos recentes em relação às políticas culturais no estado de Minas Gerais foram desenvolvidos pela Fundação João Pinheiro. Podemos destacar os estudos desenvolvidos em Moreira (2018) e Morais (2018), que buscaram analisar as políticas culturais recentes do estado de Minas Gerais.

Morais (2018) aborda o tema do sistema mineiro de fomento e incentivo à cultura, um estudo sobre suas recentes alterações e proposição de caminhos para elaboração de indicadores. Já Moreira (2018) desenvolveu o trabalho que trata da Lei 22.944, de 2018, e o conseqüente redesenho dos instrumentos de financiamento à cultura de Minas Gerais, apresentando as potências e limites do Fundo Estadual de Cultura. Ambas as autoras retratam as oportunidades relacionadas às políticas culturais no estado, sendo de importante relevância para o desenvolvimento desse aspecto.

As políticas culturais no Estado de Minas Gerais são relativamente novas. As duas formas mais representativas de financiamento à cultura no estado são através da Lei de Incentivo à Cultura de Minas Gerais (LEIC) e do Fundo Estadual de Cultura (FEC).

A Lei Estadual de Incentivo à Cultura, em Minas Gerais, é a Lei 12.733, regulamentada em dezembro de 1999. Criada com similaridades à Lei Rouanet, no Governo Federal, essa Lei passou por algumas mudanças normativas ao longo de seus 20 anos de funcionamento. Sua última alteração foi em janeiro de 2018.

O incentivo à cultura por meio da LEIC se dá mediante a autorização de captação de recursos provenientes da dedução do ICMS (Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços), a ser pago pela empresa contribuinte, desde que ela contribua com 20% do valor do investimento, caso queira incentivar o projeto cultural autorizado. O cálculo do teto fiscal da lei, ou seja, o montante de recursos financeiros que serão destinados para o incentivo, até 2018, não podia ultrapassar 0,30% da receita líquida anual do ICMS corrente.

A lei define como empreendedor cultural a pessoa física ou jurídica, com ou sem fins lucrativos, domiciliado ou estabelecido em Minas Gerais, com objetivo e atuação prioritariamente culturais, diretamente responsável pela promoção e execução de projeto cultural (no caso de pessoa jurídica, deverá ser comprovado no mínimo um ano de existência legal e efetiva atuação). O incentivador, contribuinte de ICMS, que queira apoiar financeiramente o projeto artístico-cultural, deve estar em dia com seu recolhimento e não pode estar inscrito na Dívida Ativa do Estado.

Para receber apoio financeiro com recursos provenientes do incentivo fiscal, o projeto cultural deverá participar do edital publicado anualmente e, ao ser aprovado, pode dar início ao andamento do projeto após o preenchimento por parte da empresa incentivadora, da Declaração de Incentivo, que oficializa o patrocínio junto à Secretaria de Fazenda.

Essa lei é de muita relevância no cenário cultural, mas apresenta algumas disfunções, como: concentração de projetos culturais incentivados na capital do estado (Belo Horizonte); baixa distribuição de recursos entre as regiões de planejamento: sendo a concentração de projetos captados de acordo com o perfil do projeto, principalmente nas áreas culturais de música, artes cênicas e áreas integradas (composta de categorias que envolvem mais de uma área cultural). E, por fim, o fato de a lei funcionar como mecenatos, os proprietários das empresas querem associar suas marcas a grandes projetos ou projetos culturais com apelo mercadológico, desenvolvendo valor para marca da empresa (MORAIS, 2018). Além

disso, apesar da renúncia fiscal contida neste incentivo (ou seja, o empresário não paga efetivamente nada – o patrocínio equivale ao montante que ele deixa de pagar o ICMS), a captação não é fácil. Somente as grandes empresas (e entre elas as estatais como a Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG – e a Companhia de Saneamento de Minas Gerais – COPASA) o fazem. Analisaremos, posteriormente, se o *Projeto Seu Vizinho* faz uso desses instrumentos e como se organiza para isso.

O Fundo Estadual de Cultura (FEC) foi instituído através da Lei Estadual 15.975 de 12 de janeiro de 2006 e regulamentado pelo Decreto Estadual 44.341 de 28 de junho de 2006. Tem como seus principais objetivos:

- I - dar apoio financeiro a ações e projetos para a criação, produção, preservação e divulgação de bens e manifestações culturais no Estado;
- II - estimular o desenvolvimento cultural nas diversas regiões do Estado, com foco prioritário para o interior, com base em planejamento e em critério de qualidade das ações;
- III - apoiar as ações de manutenção, conservação, recuperação e difusão do patrimônio cultural do Estado;
- IV - incentivar a pesquisa e a divulgação da cultura e das formas de expressão artística, preferencialmente vinculadas à produção;
- V - incentivar o aperfeiçoamento de artistas, técnicos e gestores das diversas áreas de expressão cultural;
- VI - promover a circulação de acervos e o intercâmbio de atividades culturais, em relação a outros Estados e países, para difusão da cultura mineira. (ESTADO DE MINAS GERAIS, 2018).

O FEC tem como público-alvo pessoas jurídicas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, e entidades de direito público de caráter estritamente artístico ou cultural, responsáveis pela execução de projetos de interesse público relacionados à produção, à exibição, à utilização ou à circulação pública de bens artísticos ou culturais que promovam o desenvolvimento regional.

São definidas pela legislação duas modalidades de concessão de financiamento: “financiamento reembolsável” e “liberação de recursos não reembolsáveis”. A primeira beneficia pessoas jurídicas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, e os recursos são destinados a projetos que “[...] visem à criação, à produção, à preservação e à divulgação de bens e manifestações culturais

no estado e para a realização de investimentos fixos e mistos [...]” (MINAS GERAIS, 2018).

A modalidade “liberação de recursos não reembolsáveis” destina-se a pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos e a entidades de direito público municipal, sendo vedada a participação de órgãos ou entidades da administração pública estadual. Esses recursos se aplicam ao pagamento de “[...] despesas de consultoria, ou reembolso de custos de empreendimentos, programas, projetos ou ações de natureza artística ou cultural [...]” (MINAS GERAIS, 2018).

O Decreto Estadual 44.341, de 28 junho de 2006, define quais são as áreas artísticas e culturais nas quais os projetos deverão se enquadrar e determina a criação das Câmaras Setoriais Paritárias (CSP), composta por representantes de entidades públicas e da sociedade civil, sem fins lucrativos, que atuem no campo cultural. Apesar dessa forma de captação através dos fundos apresentarem alguns problemas relacionados à formulação dos próprios editais, e até mesmo à legislação relacionada à criação dos editais, o fundo de fomento à cultura poderia apresentar soluções mais democráticas de distribuição de verbas (MOREIRA, 2018).

O fundo e as leis de incentivo se complementam. A existência de um único canal de incentivos públicos poderia gerar forte distorção em sua alocação. Somente determinados projetos (afeitos à forma de seleção estabelecida) seriam financiados. É importante que coexistam diferentes formas (e métodos de escolha) de incentivos públicos.

3.2. POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS VOLTADAS À ECONOMIA CRIATIVA NACIONAL E NO ESTADO DE MINAS GERAIS

A primeira política nacional efetivamente sobre economia criativa é datada de 31 de maio de 2012, através do Decreto n. 7.743, criada pela Secretaria de Economia Criativa ligada ao então Ministério da Cultura. Seus objetivos então eram a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros, contribuindo, dessa forma, para o eixo estratégico do Ministério na época. (BRASIL, 2012)

No ano de 2016, esse decreto foi revisto e vários pontos foram revogados através do Decreto nº 8.837, causando cortes expressivos no teor do decreto anterior, principalmente no número de pessoal, e o esvaziamento da política de caráter nacional. (BRASIL, 2016)

No estado de Minas Gerais, um passo importante foi dado a partir do Seminário do Plano Estadual da Economia Criativa, no ano de 2016. Isto permitiu que a Diretoria de Cultura, Turismo e Economia Criativa da Fundação João Pinheiro (DCTEC/FJP) traçasse diagnóstico destes setores no estado. Esse diagnóstico foi publicado em 2018. Após um detalhamento das áreas de Economia Criativa no estado de Minas Gerais, alguns pontos extremamente importantes foram levantados. Alguns desafios foram identificados. O principal deles seria a impossibilidade de se mapear a cadeia produtiva de cada segmento criativo, basicamente devido à ausência de dados e informações.

Segundo o diagnóstico, o objetivo de desenvolver a Economia Criativa no estado de Minas Gerais estava pautado em criar alternativas para o Desenvolvimento Econômico para além das atividades tradicionais do estado. O diagnóstico foi traçado para 10 segmentos Criativos – espetáculo (teatro, circo e dança); artes visuais e digitais; design; edições de livros; gastronomia; mídias audiovisuais; moda; música; softwares; aplicativos e jogos eletrônicos; patrimônio e expressões culturais. O diagnóstico foi adaptado à matriz de análise SWOT – Análise das Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças. Como fragilidades houve quase um consenso: falta de articulação entre agentes dos segmentos; necessidade de aperfeiçoamento dos mecanismos de fomento e financiamentos; inexistência de uma plataforma de dados e indicadores. (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2018).

Esse diagnóstico, elaborado pela FJP, sugere caminhos que podem ser trilhados para desenvolver o setor de economia criativa de Minas Gerais. Um passo importante seria a articulação entre os agentes do segmento, a profissionalização do setor e a legalização e registro de várias atividades do setor cultural.

Na próxima seção será tratada a importância do empreendedorismo social e a geração de emprego e renda como forma de desenvolvimento econômico; a importância de geração de rendas e as condições para que as pessoas consigam ter

opções de escolhas para o próprio desenvolvimento; e o desenvolvimento de uma comunidade, território e até mesmo uma nação.

4. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Temos alguns conceitos e visões para empreendedorismo que são complementares e não excludentes. Segundo Weber (2012), o empreendedorismo representa um elemento presente por todo o mundo e cresce em grande velocidade em toda parte.

Segundo Meredith, Nelson e Nech (2000) *apud* Valadares (2013 p.23):

(...) empreendedores são pessoas que têm a habilidade de ver e avaliar oportunidades de negócios; prover recursos necessários para pô-los em vantagens; e iniciar ação apropriada para assegurar o sucesso. São orientadas para a ação, altamente motivados; assumem riscos para atingirem seus objetivos.

Para Leite (2017) um indivíduo tenha êxito como empreendedor, é necessário que disponha de algumas características inerentes aos empreendedores. Algumas são inatas e podem ser ainda desenvolvidas, outras podem ser aprendidas, mas o conjunto delas é o que dá vida ao espírito empreendedor.

O espírito empreendedor representa uma série de aspectos e qualidades que se complementam e que não podem existir separadamente. De acordo com Leite (2017), são características básicas do espírito empreendedor: a inovação, o espírito criativo e pesquisador e a disposição para assumir riscos. Devemos estar atentos para essas características, pois o simples fato de ser um aventureiro não implica em ser empreendedor.

Para Drucker (1987, p. 36), “o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade”.

Segundo Baggio (2014), a inovação é o eixo central do espírito empreendedor. Não existe espírito empreendedor sem a inovação, pois ela é o seu instrumento específico. Os empreendedores inovam continuamente e a inovação, de fato, cria uma série de recursos para os empreendedores.

De acordo com Kodithuwakku e Rosa (2002), os empreendedores têm seu sucesso na capacidade de extrair valor de suas redes sociais e dos seus contatos, fato que é importante no processo de acúmulo de capitais.

Para Faria (2017), empreendedorismo social é a parte do empreendedorismo cujos protagonistas, em geral, são pessoas e instituições da economia social a serviço de valores que vão diretamente além do mero benefício econômico pessoal dos empresários, para desenvolver iniciativas compartilhadas e redes capazes de gerar valor agregado social em sentido amplo. "...de forma geral, o empreendedorismo social se refere a uma atividade inovadora com objetivo social, podendo ocorrer no setor privado, no terceiro setor ou em organizações híbridas." (FARIA, 2017. p.21)

De acordo com Faria (2017), o adjetivo do empreendedorismo como "social" tem o sentido de se diferenciar do empreendedorismo comercial, que visa às atividades econômicas em geral, através do desenvolvimento de novas atividades e novas organizações cujo sucesso beneficia diretamente os seus promotores. Já o empreendedorismo social se refere principalmente às atividades do terceiro setor, onde se busca implementar novas soluções para problemas de comunidades e grupos sociais específicos. O empreendedorismo social, assim, é caracterizado por pertencer ao setor privado da economia, e não ao setor público. Esse caráter do empreendedorismo não precisa estar necessariamente associado aos negócios, pois se vincula a um comportamento ligado à motivação de resolução de um problema social, com um objetivo essencialmente social.

Tanto o empreendedorismo comercial quanto o social apresentam vários pontos em comum, como a detecção de necessidades não atendidas ou de recursos a mecanismos como o mecenato, microfinanciamento, recursos para o trabalho social do movimento cooperativo, as linhas de financiamento de algumas entidades socialmente responsáveis, participação em incubadoras ou incubadoras de empresas sociais, ou algumas linhas públicas de financiamento em condições menos restritivas do que o habitual. Faria (2017) ressalta que o empreendedorismo social é a aplicação de mentalidades, processos, ferramentas e técnicas do empreendedorismo tradicional na perseguição de uma missão social e/ou ambiental.

No caso do empreendedorismo social, as necessidades não atendidas de forma adequada caracterizam-se por serem comuns a grupos sociais com menor poder aquisitivo ou mesmo nenhum; a inovação em produtos e serviços é caracterizada por contribuir com conotações sociais amplamente compartilhadas em

sua produção, distribuição, etc., tais como restrições ecológicas à produção, orientação para bens preferenciais, ausência de lucro ou seu reinvestimento, etc. As estruturas organizacionais, por meio das quais as ideias de empreendedorismo social são aplicadas, não teriam o lucro de uma organização específica como objetivo maior.

De acordo com Faria (2017), as dificuldades financeiras do empreendedorismo social são atenuadas, na medida do possível, através do impulso inicial de tudo isso recair sobre empreendedores sociais específicos, que são pessoas que conhecem a fundo as necessidades de alguns setores sociais com dificuldades estruturais. Eles são capazes de organizar uma comunidade de potenciais beneficiários e promotores do projeto social.

As potencialidades atuais e futuras do empreendedorismo social levaram a ONU (2019) a propor uma estratégia para a sua promoção, que contém como principais elementos: aumentar a visibilidade e o reconhecimento das empresas de economia social em sentido lato (através da divulgação do seu impacto social; colocar em prática uma estratégia de comunicação sobre o empreendedorismo social a nível da sociedade; desenvolver redes internacionais no setor e a incorporação do empreendedorismo social em todas as políticas, programas e práticas da administração pública); realizar o desenvolvimento de um enquadramento econômico europeu que permita à economia social e às suas empresas o acesso ao financiamento (nomeadamente para favorecer a formação do seu capital humano; para facilitar o financiamento das suas infraestruturas; e para o desenvolvimento de incubadoras ou aceleradoras especializadas em empresas de economia social). Por fim, o estabelecimento de normas legais e regulamentares que promovam a criação e o desenvolvimento de empresas que operam neste setor (por exemplo, através de considerações sociais adequadas nas compras públicas).

Segundo a UNCTAD (2010), empreendedor é aquele que identifica oportunidades no mercado, aloca recursos e cria valor. O empreendedorismo, o ato de ser empreendedor, implica a capacidade e a vontade de empreender a concepção, organização e gestão de uma nova empresa produtiva, aceitando todos os riscos que ela acarreta e buscando benefícios e lucros como recompensa. Na

economia, o empreendedorismo às vezes é considerado um fator de produção, assim como a terra, o trabalho, os recursos naturais e o capital.

Já o empreendedorismo cultural é entendido pela UNESCO (2010) como uma iniciativa ou projeto cultural e criativo com um plano de viabilidade que o torna economicamente sustentável ou em vias de se tornar uma instituição ou empresa cultural. Trataremos disso na próxima seção.

4.1. EMPREENDEDORISMO CULTURAL

O empreendedor está se tornando uma figura central na economia criativa. Normalmente caracterizados como os iniciadores de empreendimentos comerciais, os empreendedores também estão presentes no cenário cultural. Atualmente, há um aumento global de iniciativas culturais independentes. Esse fenômeno tem atraído a atenção de acadêmicos e políticos. Para Silva *et al.* (2009), o empreendedorismo cultural é proposto como uma alternativa de trabalho para os graduados e os profissionais envolvidos na produção cultural, seja como artistas ou escritores, seja como promotores culturais, gestores ou mercadores culturais. Embora o empreendedorismo cultural seja uma prática frequente nas economias desenvolvidas, nos países em desenvolvimento, como o Brasil, é um processo emergente.

O conceito de empreendedor tem adquirido grande relevância nos dias de hoje. Coloquialmente, o termo costuma ser usado para designar um tipo de pessoa que nasce líder, que resolve criativamente vários problemas e, principalmente, que seja capaz de executar, desenvolver e levar a cabo os projetos a que se propõe. Por todos esses atributos, além do desejo de inovação, os empreendedores são considerados agentes-chave da economia atual, a ponto de serem considerados símbolos da chamada “Economia Criativa”. Mesmo o empreendedorismo como uma ideologia e atitude é entusiasticamente promovido por organizações e instituições educacionais, como a UNESCO.

Verdadeiramente, a sua importância econômica reside no fato de serem os iniciadores da “destruição criativa”, processo denominado por Schumpeter (1961), e que consiste no fato de, a partir do reconhecimento das vantagens e desvantagens

dos sistemas que os precedem, implantar novos e inovadores modelos de negócios e produção de bens.

De fato, na esfera cultural, o empresário surge como uma figura capaz de conciliar a cultura com a economia, através do planejamento e criação de produtos inovadores. Além disso, sendo um sujeito a quem se atribui uma notável capacidade criativa e um desejo constante de inovar, o empresário consegue posicionar-se como um dos personagens mais importantes da economia criativa, um sistema econômico que funciona a partir da geração de ideias e novidades (HOWKINS, 2013). Ademais, a transição do local para o global, observada principalmente na abertura dos mercados locais para uma economia de interações globais, levou também à interação global das indústrias culturais e criativas. No entanto, as condições e oportunidades para o desenvolvimento dos empresários dependerão da situação econômica, social e cultural dos países em que vivem.

A popularidade que a figura do empreendedor possui atualmente deve-se a todas as representações positivas que se desenvolveram em torno dessa noção. Normalmente, o termo designa indivíduos dispostos a enfrentar riscos e incertezas com a firme intenção de materializar suas ideias em produtos inovadores ou negócios de sucesso (que, caso gere benefícios para a população em geral, acaba por recompensar financeiramente o inovador). Por outro lado, tanto o conceito de empreendedor como a prática do empreendedorismo é continuamente legitimado graças às inúmeras histórias de pessoas altamente criativas que conseguem rentabilizar as suas ideias e, desta forma, alcançar o sucesso financeiro e pessoal.

No entanto, é importante salientar que ainda que existam inúmeras histórias de sucesso e motivação no mundo dos empreendedores, o percurso para alcançar e legitimar um negócio nem sempre é fácil; empresários são pessoas de visão e que se dedicam e persistem para atingir seus objetivos. Desta forma, o empresário tem sido considerado um agente fundamental do desenvolvimento econômico desde o início do século passado.

As relações entre cultura e economia são evidentes (PNUD, 2014). Empresas e negócios de todos os tipos se desenvolvem em um ambiente mais diversificado, no qual a criatividade se torna uma característica necessária (HOWKINS, 2013). São

circunstâncias que fizeram com que os empresários se tornassem peças fundamentais do setor econômico baseado na cultura. Precisamente, a busca por soluções criativas, o desejo de inovação e adaptabilidade são qualidades que fazem dos empreendedores agentes-chave das chamadas indústrias culturais e criativas (HARTLEY *et al.* 2005). Além disso, há um marcante paralelismo entre as figuras do artista e do empreendedor, pelo fato de ambos se caracterizarem como sujeitos criativos e inovadores (KNELL, OAKLEY, 2007). Tanto o artista quanto o empresário representam um modelo de trabalho mais flexível, baseado principalmente no esforço intelectual e criativo, um requisito essencial nas indústrias culturais e criativas (DAVIES, 2013), de referir ainda que cada vez mais os programas acadêmicos em diferentes universidades promovem o empreendedorismo nos alunos das várias disciplinas artísticas. A esse esforço também são adicionadas instituições culturais públicas que promovem o empreendedorismo cultural (MORIGI, 2017), bem como organizações internacionais que buscam identificar oportunidades de interação entre os campos da cultura e da economia (PNUD, 2014).

Ressalta-se que não há consenso quanto à caracterização dos empreendedores culturais ou quanto às características do empreendedorismo na cultura, visto que, como apontam Silva, Gomes e Correia (2009), empreendedorismo cultural não costuma se distinguir do empreendedorismo criativo, porém, o primeiro conceito é o mais utilizado e reconhecido na literatura especializada, razão pela qual os termos empreendedorismo e empreendedorismo cultural geralmente abrangem toda atividade econômica relacionada às artes e à cultura em geral. Assim como o empreendedor enquanto agente econômico, o empreendedor cultural aposta na inovação e na criação de oportunidades, mas suas ações não são motivadas apenas por fins comerciais, pelo contrário, têm uma dupla finalidade: por um lado, produzir e divulgar valores culturais e, por outro, obter ganhos financeiros e reconhecimento pelas suas atividades.

Para Towse (2013) esta caracterização dos empreendedores culturais é complementada por diversos estudos que analisam as condições em que se desenvolvem bem como o seu envolvimento na cultura, área em que se desenvolvem de uma forma muito semelhante aos artistas, utilizando o autofinanciamento com o apoio de familiares ou das suas próprias poupanças, em

regime de trabalho temporário ou autônomo, para sustentar as suas iniciativas empresariais. Assim, o empreendedor cultural, muitas vezes, opera sob um regime informal ou de multiempregos, cujo produto é posteriormente utilizado para os seus projetos pessoais. Apesar de as condições de trabalho dos empresários culturais nem sempre serem favoráveis, o empreendedorismo cultural é frequentemente associado ao discurso político que sustenta que a produção de bens e serviços culturais por iniciativas promovidas por agentes autônomos promove a prosperidade econômica, mudança social, inovação artística e o progresso das instituições. (ALBINSSON, 2018 *apud* REIS. K. 2020).

Seja como autônomo ou por meio de projetos, uma das prioridades dos empreendedores culturais é abrir e manter micro e pequenos negócios independentes, como forma de legitimar ou, se preferir, profissionalizar suas atividades (MORIGI, 2017). Essa orientação empresarial na cultura tem levado justamente ao aumento de projetos empresariais cujos ideais consistem em minimizar despesas e custos na medida do possível, além de preservar a liberdade criativa. No entanto, a realidade de todas essas iniciativas culturais é que a sua permanência e sucesso dependem dos gostos e preferências dos clientes, razão pela qual frequentemente os projetos de empreendedorismo na cultura são identificados com o setor terciário da economia (O'BRIEN, 2013) e o empreendedor cultural é visto mais como prestador de serviços do que como criador ou artista.

Segundo Sato (1977) *apud* Guerra e Teixeira (2010), é pertinente acrescentar que, pelo fato de as micro e pequenas empresas culturais trabalharem com um número muito reduzido de trabalhadores, muitas vezes o empresário cultural deve ser aquele que desempenha diferentes tarefas ou funções ao mesmo tempo: desde a criação ou produção dos bens e / ou serviços culturais e / ou criativos, da administração dos recursos e do negócio, até a promoção e comercialização dos produtos e / ou serviços oferecidos ao público. Assim, micro e pequenas empresas culturais não funcionam segundo uma estrutura hierárquica típica, ou seja, não há distinção precisa entre patrão e empregados. Em vez disso, essas empresas são organizadas em redes de colaboradores e colegas que compartilham objetivos profissionais e que concentram suas capacidades criativas no mesmo objetivo (REIS, C. 2003).

A ideologia empreendedora e da conduta empresarial na cultura conduz à reorganização da união da teoria e da prática cultural, o que implica, em primeiro lugar, assumir o empreendedorismo como alternativa à escassez de empregos no mercado de trabalho formal (MORIGI, 2017); em segundo lugar, aderir às demandas de competitividade cultural e criatividade como normal e, terceiro, aceitar a transição de um paradigma tradicional para um contemporâneo no que diz respeito ao trabalhador cultural, ou seja, vai de uma concepção segundo a qual a realização de valores culturais, sociais, espirituais e estéticos era a principal motivação de todos os trabalhadores culturais, para uma em que eles adotam uma mentalidade empreendedora e planejam e implementam várias estratégias para se posicionarem nos mercados culturais.

Para Valetim e Perruzzo (2018), o ato de empreender está relacionado diretamente à geração de rendas, individuais ou coletivas. Esse tema será abordado na próxima seção.

4.2. EMPREGO E RENDA – A IMPORTÂNCIA DA GERAÇÃO DE RENDAS

Quando se analisa o crescimento econômico de um país, normalmente é dado foco ao percentual de crescimento que seu produto gerou ou mesmo o nível de produto *per capita* que este apresenta. Entretanto, faz-se necessário não observar este consumo médio (devido à produção média *per capita*), mas sim o nível de bem-estar que sua população apresenta. Ou seja, deve-se olhar a qualidade de vida da população (não sua produção *per capita*) e como ela está distribuída pela população (uma renda média alta pode esconder uma parcela da população com um nível de consumo muito baixo e outra com um nível muito alto).

Para Sen (2010), o desenvolvimento econômico precisa ser observado de uma forma multidimensional. Em uma análise mais ampla, precisamos analisar esse desenvolvimento para além das políticas econômicas (cambial, fiscal e monetária), industriais, tecnológicas ou comerciais. Precisamos, nessa ótica, contemplar o desenvolvimento perpassando pela garantia de saúde, moradia, educação e desenvolvimento. Quanto maior o desenvolvimento em uma sociedade, mais livre ele estará das amarras da pobreza, principalmente se esse desenvolvimento vier ancorado em política de distribuição de rendas.

De acordo com Sen (2010), a questão da renda é importante para qualquer modelo econômico, mas o desenvolvimento pautado nas políticas econômicas tradicionais estaria mais preocupado com a geração do Produto Interno Bruto (PIB) – soma dos produtos produzidos –, o que não necessariamente geraria desenvolvimento e melhoria de bem-estar para toda a população. Assim, para medir o desenvolvimento, para Sen (2010), a melhor forma seria o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), intimamente relacionado à renda (e sua distribuição), assim como à educação e à saúde. O desenvolvimento não estaria ligado somente a fatores econômicos, mas sim a uma concentração maior nos direitos sociais.

O desenvolvimento econômico é definido como a melhora do bem-estar geral da população. Trata-se de processos de variações positivas em diferentes pontos quantitativos de uma nação ou região. O autor Casagrande (2015) explica que, nesse contexto, é necessário que o crescimento econômico, calculado pelo aumento no Produto Interno Bruto (PIB), venha acompanhado de variações positivas das variáveis qualitativas, como melhorias na qualidade de vida, geração de emprego, geração de renda, educação, saúde, infraestrutura e profundas mudanças da estrutura socioeconômica de uma região e ou país, os quais são medidos por indicadores como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), o Índice de Pobreza Humana e o Coeficiente de Gini.

Para Sen (2010), a melhor classificação estaria pautada na liberdade, estando essa visão de liberdade relacionada à liberdade negativa e à liberdade positiva, em que a negativa estaria definida a partir da ausência de coação – ausência de interferência seria a liberdade básica do ser humano. Em contrapartida, a liberdade positiva está definida a partir da presença de oportunidades, ou seja, ela tem opções de escolhas, a capacidade de atingir a vida que deseja e valoriza. Sendo assim, o nível de bem-estar de qualquer agente seria medido pelas capacidades de escolha livre que este poderia fazer, em todos os aspectos de sua vida.

A liberdade positiva está pautada no maior número de liberdades que o indivíduo possa possuir. Uma boa forma de ter liberdades está baseada na oportunidade de conseguir renda – a renda permitiria ao agente fazer suas escolhas. Outra forma de desenvolver essas liberdades de escolha se dá através de políticas

públicas. O indicador Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) buscaria medir isso. Compõe esse índice a expectativa de vida, variáveis de educação (média de anos na escolaridade ou expectativa de anos de estudo) e renda *per capita*. Os três pilares estão ligados às liberdades econômicas e sociais.

Para o modelo pactuado por Sen (2010), quanto maior a renda da população, maior a liberdade que a pessoa vai ter de consumir. Uma pessoa sem renda está presa à pobreza. Quanto maior a renda, mais ela pode escolher o seu próprio consumo e alimentação – a liberdade, portanto, passa a ser proporcional à renda.

Segundo Sen (2010), a variável saúde é relevante para a liberdade de escolha do agente. Quanto mais saudável este for, maior o leque de opções de consumo e emprego terá. É claro que quanto maior a renda maior o acesso aos serviços particulares, planos de saúde, médicos particulares ou a informação para efetivação de processos de judicialização e garantia de direitos. A liberdade está ligada aqui ao acesso. Quanto maior a renda, maior vai ser também a expectativa de vida. Assim, pode-se esperar uma correlação alta entre esta expectativa e a renda *per capita*. Mas políticas públicas que aumentassem esta expectativa (sem aumentar o produto *per capita*) apresentariam um forte impacto sobre o bem-estar (que não seria captado no cálculo do PIB *per capita*, mas sim no IDH). Na variável educação, ocorre o mesmo. Políticas públicas poderiam garantir educação de qualidade mesmo a pessoas de baixa renda, alavancando seu bem-estar (e sua renda futura). Quanto maior a liberdade, maior os acessos à informação e à cidadania, ocasionando, conseqüentemente, chances de melhores empregos e o conhecimento de Direitos.

Para Sen (2010), o aumento da liberdade de escolha, esta ligada a aspectos ligados ao meio ambiente e às condições de saneamento, esgoto. Podemos considerar a liberdade de escolhas interligadas também ao direito de ir e vir. Dessa forma, a liberdade é salutar para o processo de desenvolvimento.

De acordo com Sen (2010), quando observamos a liberdade (ou a capacidade de escolha) em sociedades desiguais, as pessoas prejudicadas possuem menor liberdade. Nessa lógica, uma sociedade machista cria desigualdade ao tolher a liberdade das mulheres (estas não podem fazer tudo que os homens fazem). Da mesma forma acontece com o racismo: uma sociedade racista vai tolher a liberdade

de indivíduos prejudicados (a estes não é permitido fazer o que o grupo beneficiado faz). O racismo e o machismo acabam prejudicando diretamente a liberdade, as escolhas, o bem-estar, a felicidade e, portanto, o nível de desenvolvimento desta sociedade. Por isso é importante que a decisão de políticas públicas que contemple políticas para geração de renda aumente as liberdades das pessoas.

A abordagem que parece merecer mais atenção envolve uma estreita relação entre políticas públicas que promovam a igualdade entre os sexos e a liberdade das mulheres (particularmente educação, serviços de saúde e oportunidades de emprego) e a responsabilidade individual da família (mediante o poder decisório dos pais em potencial, particularmente das mães). A eficácia desse caminho reside na estreita vinculação entre o bem-estar das mulheres jovens e sua condição de agente. (SEN, 2010, p.290)

Sen (2010) argumenta que a política pública tem o papel não só de procurar implementar as prioridades que emergem de valores e afirmações sociais, como também o papel de facilitar e garantir a discussão pública mais completa, embora outras políticas sociais também possam mitigar essas diferenças. Neste sentido, é necessário um olhar para a economia de forma mais ampla, com forte preocupação com a pobreza.

Segundo Amartya Sen (2010), as liberdades estão associadas ao ciclo virtuoso – quanto mais eu tenho liberdades mais elas serão geradas. Nesse sentido, o autor entende a expansão da liberdade humana não só como o principal fim, mas também como o principal meio de desenvolvimento. Esses são os considerados papéis instrumentais da liberdade, que incluem vários componentes distintos, porém inter-relacionados. São eles: liberdades políticas, facilidades econômicas, oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora.

Liberdade política – seria a participação efetiva nas decisões políticas. Para Sen (2010), “[...] referem-se às oportunidades que as pessoas têm para determinar quem deve governar e com base em que princípios.” (SEN, 2010, p.58). Isso inclui a liberdade de expressão de cada indivíduo e a possibilidade de fiscalizar as atitudes das autoridades.

Facilidades econômicas – trata-se do direito de comprar de forma livre. “São as oportunidades que os indivíduos têm para utilizar recursos econômicos com propósitos de consumo, produção ou troca” (SEN, 2010, p.59). Essa relação de troca ainda leva em conta o funcionamento dos mercados e que à medida que o processo

de desenvolvimento econômico no país aumenta o poder econômico da população também deve aumentar. Sen (2010) salienta ainda que “o modo como as rendas adicionais geradas são distribuídas claramente fará diferença.” (SEN, 2010, p.59).

As oportunidades sociais – esse papel instrumental diz respeito às disposições que a sociedade estabelece, principalmente na área da educação, em que há influência na liberdade substantiva de o indivíduo viver melhor. “Essas facilidades são importantes não só para a condução da vida privada (como por exemplo, levar uma vida saudável) [...], mas também para uma participação mais efetiva em atividades econômicas e políticas.” (SEN, 2010, p.59).

Garantia de transparência – esse é um papel instrumental da liberdade mais abstrato, pois entende-se que as interações sociais são de liberdade individual, mas depende de certo grau de confiança.

Em interações sociais, os indivíduos lidam uns com os outros com base em alguma suposição sobre o que lhes está sendo oferecido e o que podem esperar obter. Nesse sentido, a sociedade opera com alguma presunção básica de confiança. As garantias de transparência referem-se às necessidades de sinceridade que as pessoas podem esperar: a liberdade de lidar uns com os outros sob garantias de dessegredo e clareza. (SEN, 2010, p. 60).

Por fim, para Sen (2010) a segurança protetora é a necessidade de fornecer a todo indivíduo uma rede de segurança social, impedindo um nível discrepante de desigualdade. As pessoas seriam naturalmente aversas ao risco. A existência de choques inesperados negativos (ficar desempregado, ficar doente, ganhar uma deficiência), em um ambiente de mercados completos não teria problemas (as pessoas fariam seguros contra estes). Mas isto não existe. Não existem estes mercados. Fazem-se necessárias políticas públicas que garantam esta seguridade social (e isto impacta diretamente a liberdade de escolhas das pessoas. Caso essa seguridade não exista, a pessoa não pode fazer algo devido ao risco existente).

A esfera da segurança protetora inclui disposições institucionais fixas, como benefícios aos desempregados e suplementos de renda regulamentares para os indigentes, bem como medidas ad hoc, como distribuição de alimentos em crises de fome coletiva ou empregos públicos de emergência para gerar renda para os necessitados. (SEN, 2010, p. 60).

A renda aumenta a qualidade de vida (mais opções de escolhas), ou seja, proporciona mais liberdades. A qualidade de vida determina mais tempo para as

outras liberdades, como a política, a social, segurança protetora e a garantia e transparência. Dessa forma, elas demonstram sua interdependência.

A geração de renda por si só não resolve o problema da pobreza e dos territórios em vulnerabilidades. Esse desenvolvimento necessita vir acompanhado de políticas públicas (SEN, 2010). Partindo do pressuposto de que as políticas públicas necessitam de um olhar social e entendendo que a vulnerabilidade social deveria ser uma propulsora de políticas públicas, faz-se necessário definir uma população vulnerável:

Compreende vulnerabilidade como a falta de acesso às estruturas de oportunidade oferecidas pelo mercado, estado ou sociedade, apontando a carência de um conjunto de atributos necessários para o aproveitamento efetivo da estrutura de oportunidades existentes. (VIGNOLI, 2001, p.2)

Assim, territórios vulneráveis, para Sen (2010), seriam exatamente aqueles onde a população não teria capacidade de escolha (falta de acesso) a muitos bens e serviços que caracterizariam a vida (e o bem-estar) moderna. Nestes territórios, os serviços de saneamento, segurança pública, saúde, educação e tantos outros vinculados a políticas públicas são ausentes ou muito precários. Quanto à oferta de serviços e bens privados, também é limitada. Não só o comércio tradicional muitas vezes está ausente como também a população não tem acesso a serviços bancários, de seguros e diversos outros. É preciso levar em conta que em muitos desses territórios vulneráveis a cultura local também pode ser fator negativo, ao manter, reproduzir e impulsionar comportamentos machistas, racistas e homofóbicos.

Ou seja, estes territórios seriam pouco desenvolvidos na visão de Sen (2010) exatamente porque serviços e bens básicos e usuais da vida moderna não estariam disponíveis a seus habitantes. Dessa forma, existiria uma série de privações das liberdades instrumentais postuladas pelo autor. Entende-se ainda, que, mesmo que um indivíduo dessa região passasse por um aumento de renda, não seria possível “comprar” uma parcela significativa destes bens pela falta de outras liberdades ausentes nessas regiões.

Ações de empreendedorismo social nestes ambientes ganham especial importância, pois elas seriam direcionadas a mudanças das variáveis citadas acima,

ampliando a liberdade das pessoas. Não se agiria só sobre processos de geração de emprego e renda (fundamentais) como também de empoderamento de populações excluídas (o que permitiria a elas pressionar as autoridades públicas), além da conscientização contra ações e atitudes de ódio externas a esses territórios e ofertas de bens públicos relevantes (educação, saúde, saneamento, segurança entre outros).

5. TERRITÓRIOS VULNERÁVEIS, AGLOMERADO DA SERRA, PROJETO SEU VIZINHO

Nessa seção, será tratado o tema territórios vulneráveis. Dentro desse contexto de território, será lançado um olhar para o Aglomerado da Serra – a maior favela do estado de Minas Gerais – e o bloco de Carnaval *Seu Vizinho*, que nasce como bloco, se transforma em movimento e, atualmente, é a Escola de Arte Livre e periférica. Serão analisadas as suas relações com a economia criativa e com as políticas públicas culturais e as ações desenvolvidas nesse território.

Segundo o IBGE, aglomerado subnormal é a tipologia à qual se refere uma forma de ocupação irregular de terrenos de propriedade alheia – públicos ou privados – para fins de habitação em áreas urbanas. Em geral, essas ocupações são caracterizadas por um padrão urbanístico irregular, carência de serviços públicos essenciais e localização em áreas com restrição à ocupação, podendo ser nomeados como favelas, grotas, comunidades, vilas, entre outros. Ou seja, trata-se de uma região de intensa concentração de indicadores sociais negativos, que sugerem a presença de pontos críticos de vulnerabilidade.

O Censo Demográfico aprimora a identificação dos aglomerados subnormais a fim de ter uma referência básica para o conhecimento da condição de vida da população brasileira em todos os municípios e nos recortes territoriais intramunicipais – distritos, subdistritos, bairros e localidades. Assim, permite mapear a sua distribuição no país e identificar como se caracterizam os serviços de abastecimento de água, coleta de esgoto, coleta de lixo e fornecimento de energia elétrica nestas áreas (ou seja, como está a oferta destes serviços públicos essenciais nestes territórios). Isto ofereceria à sociedade um quadro nacional atualizado sobre essas partes das cidades que demandam políticas públicas especiais.

A visão de território, segundo o IBGE, possui características mais espaciais. No entanto, para Santos (1982), o território deve ser compreendido não só no olhar do espaço físico, mas também do social. Para além do físico e do geográfico, existe uma constante construção de relações sociais. O olhar sob um aglomerado subnormal deve ser também para as pessoas e suas relações de interação com o espaço e entre si.

Para Bronzo (2007), em territórios vulneráveis devem ser implementadas ações de forma transversal para o seu desenvolvimento, com especial ênfase no combate à pobreza. Albuquerque (1995) cita três variáveis básicas para o crescimento, aos quais os pobres podem se beneficiar, sendo: o conhecimento representado pelo capital humano, os esforços de educação e, por fim, o trabalho que contempla a geração de emprego e renda como um dos fatores para mitigar a pobreza.

São consideradas ações complementares, mas importantes para diminuir a pobreza, associadas às políticas sociais públicas: assistência aos pobres considerados vulneráveis, planejamento familiar e garantia dos direitos à cidadania e à presença do Estado nas áreas de concentração de pobreza.

Segundo Bronzo (2007), a infraestrutura social – que define que bons espaços públicos como praças, bibliotecas e parques são fundamentais para o desenvolvimento da saúde social de um território – aliada à toda infraestrutura e políticas que devem acompanhar esses avanços, é importante para qualquer tipo de território, principalmente para os vulneráveis. Para além das ações físicas e estruturais, existem ainda as ações dos grupos e movimentos.

Ao considerarem a importância estratégica da infra-estrutura social e, principalmente, da organização social para a viabilidade de uma área, não se pode desconsiderar a relevância de ações pontuais, pequenas e específicas, e os efeitos que podem ter nas dinâmicas locais. Um papel fundamental cabe, nesse modelo, aos grupos comunitários, às associações e grupos de voluntários, que atuam como articuladores da organização social, como elementos da malha social, importantes para preservar os laços de cooperação e de controle social. Embora não se possa exagerar a importância dessa dimensão. (BRONZO, 2007, p.6)

Os grupos e movimentos são fundamentais para fortalecer essa infraestrutura social para além da parte física e da ocupação dos territórios. Esses grupos comunitários podem empoderar os ocupantes de determinados territórios, pressionando o setor público e servindo de ponte ou conexão entre este e os moradores, contribuindo para ampliar a infraestrutura e a oferta direta de serviços públicos.

A busca de desenvolvimento econômico e social é importante para o combate à pobreza, como podemos observar no argumento de Bronzo:

A eficácia das políticas de combate à pobreza está, em parte, condicionada à consideração do território como categoria de intervenção. Ao afirmar a faceta territorial da pobreza, o que se quer enfatizar é que parte da pobreza não é explicada por nenhuma outra variável senão a questão do espaço ou do território. A vulnerabilidade é cumulativa territorialmente. Os pobres que residem em áreas segregadas são mais pobres e apresentam piores condições de vida e chances de superação da vulnerabilidade do que os pobres que vivem em áreas não segregadas. A constatação desse ponto seria suficiente, por si só, para pautar estratégias mais fortemente orientadas para o tema da coesão urbana e social. A localização territorial da pobreza (territorialização da pobreza) constitui um mecanismo que possibilita ações mais bem direcionadas, ao delinear um diagnóstico mais preciso e focalizado sobre os problemas e sobre as formas de equacioná-los. (BRONZO, 2007, p.8)

Os territórios vulneráveis precisam de várias ações de enfrentamento para a melhoria da qualidade de vida e bem-estar. Para Magalhães e Corrêa (2004 *apud* Bronzo 2007), os territórios, apesar de homogêneos em relação a vários indicadores, apresentam heterogeneidade em relação às famílias, ou seja, muitas famílias pertencentes a determinado território podem não apresentar situação de total privação, fazendo com que dentro da mesma região sejam necessárias diferentes formas de avaliação.

O argumento central, segundo Bronzo (2007), é que um território é um elemento crucial para explicar tanto a pobreza (o componente espacial da pobreza) quanto a sua reprodução. As condições de habitação, saneamento, provisão de bens e serviços públicos são importantes para estabelecer os patamares de inclusão social. Para que as políticas públicas funcionem com eficácia nessas regiões, é determinante um trabalho de redução das vulnerabilidades não só disponibilizando serviços, mas também capacitando com uma atuação conjunta do setor público, ONGs e comunidade para resolver os problemas enfrentados pelas famílias e pessoas que vivem nos territórios, o que remete, novamente, ao tema da governança e da capacidade de criação e fortalecimento de redes em múltiplos níveis.

Neste contexto de vulnerabilidade, Domingos (2019) reconhece o surgimento do Movimento *Seu Vizinho*, um movimento iniciado no ano de 2014, a partir do incômodo e das reflexões de um grupo de jovens em relação à ausência de um bloco de carnaval dentro do Aglomerado da Serra. Trata-se de uma manifestação popular em prol do direito de ocupar todo espaço social, pelo acesso à cultura, pela

economia local, pelo esforço coletivo e pelo desejo de um futuro melhor no Aglomerado da Serra.

O *Seu Vizinho* nasce com a ideia de bloco de carnaval, se transforma em movimento, depois em projeto e, na atualidade, trata-se da Escola de Arte Livre e Periférica. O projeto tem como forte ação uma escola de artes, palestras, workshops, oficinas, shows, treinamentos, ações sociais e a participação nos cortejos de carnaval, com a ideia de ocupação desse território muito além do geográfico.

A seguir, será analisado o Aglomerado da Serra.

Esse território tão plural carrega as mais diversas conotações históricas, culturais, sociais, econômicas e políticas.

O Seu Vizinho, nessa malha colaborativa que constrói o Aglomerado, pode ser visto como um coletivo que re(territorializa), ressignifica, significa o real, o território de modo próprio, como uma reinvenção da imagem projetada pela mídia. O Seu Vizinho, como “Movimento e Bloco de favela” se afirmava a partir de uma prática insurgente, que emergia no contexto moderno/colonial. Nesse sentido, além do direito de circulação pela cidade, o Seu Vizinho, inserido nessa rede, recorria também ao direito de permanecer no território, de ter orgulho do Aglomerado, de não ser, novamente, desterritorializado, seja pela retirada de sujeitos ou pela deslegitimação (DOMINGUES, 2019. p. 98 *apud* PORTO-GONÇALVES, 2012).

As terminologias adotadas neste trabalho para descrever a região são favela, morro ou aglomerado e levam em conta as divisões emblemáticas entre “morro” e “asfalto” ou mesmo por reforçar estigmas sociais, embora essas nomeações sejam usuais entre os jovens do Aglomerado da Serra. O uso de tais palavras deve ser compreendido como forma de reconhecer certas semelhanças com outros territórios e, ainda assim, manter a autenticidade dos moradores desses territórios.

Dois movimentos (O Centro Cultural Lá da Favelinha e o *Seu Vizinho*) pertencentes à cultura local do Aglomerado da Serra serão apresentados a seguir.

5.1. AGLOMERADO DA SERRA.

A arte e as manifestações culturais estão presentes de forma significativa no Aglomerado da Serra, sendo um fator positivo reconhecido pelos próprios moradores. No entanto, apesar das várias iniciativas para o desenvolvimento de políticas públicas, a região segue com problemas relacionados ao processo de formação social com raízes profundas na desigualdade.

Para esta análise, é preciso compreender as informações fornecidas pelo Índice Mineiro de Responsabilidade Social (IMRS), que possui uma ampla base de dados construída pela Fundação João Pinheiro, voltada para retratar a responsabilidade social na gestão pública estadual, que consiste ainda na implementação pela administração pública de políticas, planos, programas, projetos e ações para assegurar o acesso a bens e serviços de qualidade.

Segundo dados do IMRS, os números relacionados ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) são compostos por três dimensões: longevidade, educação e renda. O índice varia de 0 a 1 e, quanto mais próximo de 1, maior o desenvolvimento humano. No Aglomerado da Serra, esse índice, no ano de 2010, estava em 0,665, uma discrepância considerável em relação aos bairros do entorno, como Mangabeiras (0,951), Serra (0,939), Santa Efigênia (0,838) e Baleia (0,801).

No ano 2000, o Aglomerado da Serra apresentava IDHM de 0,515. Uma evolução significativa de forma positiva aconteceu em 2010 em comparação ao ano 2000. Esse fato ocorreu principalmente em função do avanço nos índices de escolaridade no Aglomerado. Ainda assim, o índice se encontra bem distante dos bairros que fazem limite com esse território.

Para Sen (2010), índices como IDH e Gini, ou outros indicadores sociais, precisam ser utilizados em conjunto ao PIB para fornecer uma análise mais completa, sendo fundamentais para medir o desenvolvimento econômico. O Aglomerado da Serra surge da invisibilidade social com a ausência de planejamento e infraestrutura dentro da cidade de Belo Horizonte, como será observado a seguir.

5.1.1. A HISTÓRIA DA FORMAÇÃO DO AGLOMERADO DA SERRA.

Segundo Domingues (2019), a cidade de Belo Horizonte foi planejada e construída sob a marca de visão utilitarista e funcionalista do espaço, conferindo um status de modernidade. Porém, nesse planejamento não estava contemplado o tamanho que a cidade poderia assumir, muito menos foram pensadas alternativas habitacionais para populações mais pobres que vinham do interior tentar a vida na capital. Ainda que nos registros oficiais existam bairros planejados para trabalhadores de maior remuneração, como o bairro Funcionários ou o bairro Barro Preto, a população de pouco ou nenhum recurso não era contemplada nesses

espaços, constituindo a população periférica em territórios que desde o surgimento da cidade estava relegada à invisibilidade da estrutura do desenho territorial.

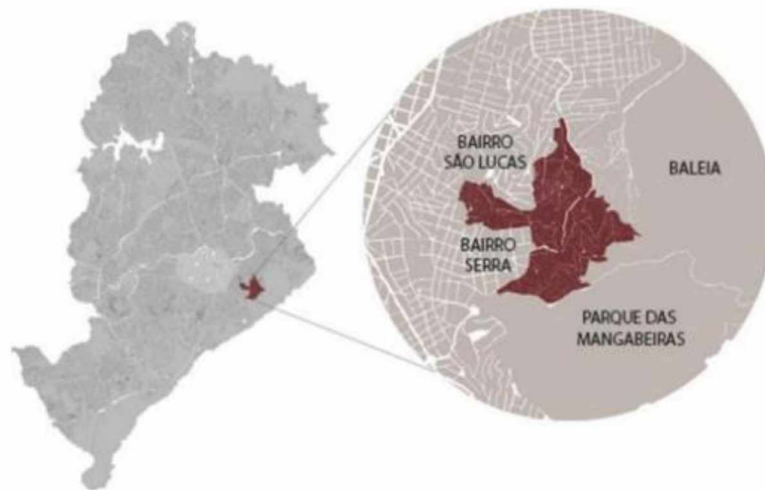
Ainda para Domingues (2019), o Aglomerado da Serra nasce de um processo de exclusão, segregação e de desterritorialização de sujeitos, conhecidos na nossa história social – traços característicos das dispersões diaspóricas contemporâneas.

Dessa maneira, o território ocupado se constrói e se constitui com sujeitos de baixa renda, em grande parte por negros (IBGE, 2016; IPEA, 2016) e sob o estigma da pobreza, da carência e da falta, da ilegalidade, da marginalidade, da violência que se perpetua e marca a vida dos jovens moradores e idealizadores do Seu Vizinho. (Domingues 2019, p.92)

O Aglomerado da Serra é considerado a maior favela mineira e uma das maiores do Brasil, com população estimada acima de 40.000 habitantes. Os dados relacionados à população são bastante divergentes, pois a Urbel – Companhia Urbanizadora de Belo Horizonte – fornece um número de 46.000 moradores e, no mesmo ano, o CENSO de 2010 contabilizou 38.000 habitantes. No entanto, os números são representativos para efeito de comparação, segundo dados oficiais do IBGE censo de 2010. Dos 853 municípios, apenas 79 no estado de Minas Gerais possuíam população acima de 40.000 habitantes.

O Aglomerado da Serra está localizado na região Centro-Sul de Belo Horizonte, situado na Serra do Curral, fazendo limite com terrenos da Fundação Benjamin Guimarães (Hospital da Baleia), Parque das Mangabeiras e bairros Serra, São Lucas, Santa Efigênia e Paraíso. As Figuras 2 e 3 mostram a localização geográfica do aglomerado.

Figura 2: Aglomerado da Serra



Fonte: MOURA, 2016, Instituto Kairos e Fundação Vale. p. 6

Segundo dados da Prefeitura de BH e da Urbel, as vilas que fazem parte do Aglomerado da Serra são: Vila Marçola, Vila Nossa Senhora de Fátima, Vila Nossa Senhora Aparecida, Vila Nossa Senhora da Conceição, Vila Novo São Lucas, Vila Santana do Cafezal e Vila Fazendinha.

Figura 3: Mapa das principais Vilas do Aglomerado da Serra



Fonte: Corrêa, 2010. p.14

Para Rafael Campos (2017), o planejamento de Belo Horizonte foi idealizado pensando no bairro Serra, nos primeiros anos da recém-criada Belo Horizonte, para possuir grandes Chácaras. Planejada pelo Engenheiro Aarão Reis, a área era considerada subúrbio de Belo Horizonte; a partir de 1920 é que começa, de forma diminuta, a ocupação por algumas pessoas na Vila Nossa Senhora da Conceição. No entanto, foi apenas na década de 1950 que o desenho do bairro Serra começou a se alterar e os sítios passaram a dar lugar a casas com quintais mais acanhadas. Já na ocupação que margeava o bairro, foi surgindo mais uma vila, a Vila Nossa Senhora Aparecida.

Essas vilas têm trajetórias de formação diferentes. A comunidade Vila Nossa Senhora da Conceição é datada de 1920 e foi a primeira comunidade estabelecida no Aglomerado. Sua formação histórica está relacionada com a própria construção da cidade de Belo Horizonte. Composta em sua maior parte por trabalhadores que vinham do interior de Minas para essa vila, nela havia especificamente uma concentração de moradores das cidades de Raul Soares, Montes Claros, Teófilo Otoni, São Pedro dos Ferros, Rio Casca e de outros estados que estavam tentando melhores oportunidades no centro urbano. Em 1954, aconteceu a consolidação dessa vila e, em 1966, ela já possuía 824 domicílios, com 4.062 habitantes. (GUIA AFETIVO DO AGLOMERADO DA SERRA, 2018)

Corrêa (2010) afirma em seu estudo que, nas décadas seguintes, as demais vilas foram surgindo gradualmente. A Vila Nossa Senhora Aparecida surgiu na década de 1940. Na década de 1960, surge a Vila Marçola, cuja ocupação tem como característica a construção de casas bem simples, com uma formação em papelão e latas.

Segundo Corrêa (2010), a dimensão da Vila Marçola era bem maior, ocupando a área do atual clube Minas Tênis II, chegando a abranger também a Rua do Hospital Evangélico. Foram realizadas várias remoções à força pela Polícia Militar. No ano de 1966, a vila possuía 530 domicílios e 2.740 habitantes. No ano de 1980, com a interferência de uma ONG alemã e de uma ação da Secretaria de Estado do Trabalho, serviços de água e luz chegaram ao local, juntamente com a abertura de ruas. De acordo com Domingos (2019), é importante salientar que o *Projeto Seu Vizinho* teve início no final do ano de 2014, exatamente na Vila Marçola,

e utiliza como forma de parceria o Centro Cultural Vila Marçola, que é administrado pela secretaria de Cultura do Município de Belo Horizonte, para desenvolver suas atividades.

No ano de 1975, surgiu a vila Santana do Cafezal. Segundo Corrêa (2010), essa parte da ocupação foi planejada, mas com o mesmo problema das demais: sem infraestrutura. Os contemplados para ganhar uma área tinham que ter perfil de pobreza e um cadastro prévio. Essa ocupação é um rearranjo de moradores que residiam em áreas precárias ou condenadas de Belo Horizonte. Muitos desses moradores tinham suas casas margeando o Ribeirão Arrudas, da cabeceira até a zona leste.

Para efeito de registro, em entrevista, um desses moradores, beneficiado pela doação, afirma: “Os lotes tinham em média de 200 a 300 metros, mas em função da falta de dinheiro fomos vendendo as partes dos lotes”. A maior vantagem dessa área é que ela possuía as ruas delimitadas, mas sem calçamentos. Essa vila faz divisa com o bairro de Santa Efigênia, que na época já era um bairro tradicional e completamente urbanizado. Logo após a inauguração e com ausência do poder público, essa vila tinha uma forte concentração de violência, principalmente doméstica.

No ano seguinte, em 1976, surgiu a vila Nossa Senhora de Fátima e, em 1990, a Vila Novo São Lucas. Essa é a vila mais recente do Aglomerado e tem um dos movimentos culturais mais representativos para o Aglomerado da Serra, o Centro Cultural “Lá da Favelinha”, com várias ações dentro da comunidade da Serra relacionadas à economia criativa de acordo com o diagnóstico elaborado pelo Instituto Kairos².

² Instituto Kairos: desenvolve projetos e parcerias com o poder público, entidades privadas e redes para o desenvolvimento da agroecologia e a garantia da alimentação saudável. Primeira vez que desenvolveu um diagnóstico e projeto com aglomerados urbanos foi o Projeto Garota Hacker, em 2019, com a Fundação Vale Lá da Favelinha e Empresa ZU-UK. Disponível em: <https://institutokairos.net/> Acesso em: 20/11/2020

5.1.2. VILA SÃO LUCAS E O CENTRO CULTURAL LÁ DA FAVELINHA

No período de abril a dezembro de 2019, O centro Cultural Lá da Favelinha efetuou uma parceria com a Fundação Vale³ e com a empresa e companhia de teatro britânica ZU-UK⁴, que gerou como produto o projeto Garota Hacker⁵, um projeto de tecnologia criativa e impacto social com o objetivo de incubar negócios criativos liderados por mulheres moradoras do Aglomerado da Serra, em Belo Horizonte.

O intuito desse projeto foi contribuir para a geração e incremento de renda na comunidade, promovendo o desenvolvimento local. O projeto recebeu um aporte de recursos da Fundação Vale que, juntamente com a expertise da incubadora social do Instituto Kairos, propuseram implantar um Programa de Empreendedorismo Social Comunitário, com a visão, dentre outros resultados, de criar alternativas sustentáveis de trabalho e inclusão sócio produtiva de grupos.

O foco da “Garota Hacker” é o negócio Remexe⁶ – criação de uma marca que desafia os conceitos de gênero da moda. Os profissionais têm o desafio de produzir roupas novas a partir de peças usadas e a comercialização desses produtos acontece de forma física e *online*. Esse projeto gerou desfile das peças em locais públicos da capital Inglesa, Londres, no ano de 2019, um dos primeiros países a aproveitar a onda da economia criativa.

³ Fundação Vale: Uma Fundação associada à Empresa Vale SA, com uma trajetória de pioneirismo na área social. Atuando com diversas áreas temáticas, após a realização de diagnósticos locais, tem sua atuação pautada nas seguintes áreas: Geração de Trabalho de Renda, Saúde e Educação.

⁴ Empresa britânica ZU-UK: Empresa de performances interativas, companhia de teatro e artes digitais britânicas. Conhecida por sua atenção aos detalhes, cuidado e total respeito pelo público, a companhia é líder em teatro participativo e arte performática. Disponível em: <https://zu-uk.com/> Acesso em: 27/11/2020

⁵ Garota Hacker: é um novo projeto de tecnologia criativa e impacto social que auxilia empreendimentos liderados por mulheres predominantemente não brancas, moradoras do Aglomerado da Serra, em Belo Horizonte. Resultado de uma parceria entre a companhia de teatro e artes digital britânica ZU-UK, o Centro Popular de Conspiração Gargarullo e o Centro Cultural Lá da Favelinha, o projeto foi criado especificamente pelos diretores da ZU-UK para integrar as propostas do DICE Collaboration Grant, um novo prêmio do British Council que abrange Brasil, Egito, África do Sul, Paquistão e Indonésia. Disponível em: <https://soubh.com.br/agenda/eventos/favelinha-fashion-week> Acesso em: 27/11/2020

⁶ Negócio Remexe: surge como uma iniciativa do Sebrae e contou com o apoio do Projeto Cultural Lá da Favelinha, BH Negócios e Projeto Providência. Segundo Márcia Machado, o objetivo inicial do trabalho não foi o de comercializar as roupas, mas mostrar aos empreendedores as possibilidades de reuso de peças que seriam descartadas. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br> Acesso em: 27/11/2020

Vale a pena ressaltar que esse projeto, por estar inserido na Economia Criativa, teve como objetivo promover o desenvolvimento de negócios para criar e melhorar as perspectivas de geração e incremento de renda dos envolvidos no Aglomerado da Serra, com o desenvolvimento econômico inclusivo e criativo, abordando alguns dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU).

No dia 09 de novembro de 2019, houve o fechamento do projeto, com a realização do Seminário, cujo tema era: Diálogo sobre Economia Criativa, com apresentação do *case* do Remexe, negócio social do Lá da Favelinha, e desfile do Favelinha *Fashion Week*⁷ no Memorial Minas Vale⁸, em Belo Horizonte.

Esse Seminário, aliado ao estágio na Diretoria de Economia Criativa e Fomento – da Superintendência de Fomento, Gastronomia e Economia Criativa pertencente à Secretaria de Cultura e Turismo do Estado de Minas Gerais – serviu de inspiração para a criação desse estudo. A partir do diagnóstico do Instituto Kairos – contratado pela empresa Vale S.A. (empresa de mineração brasileira) – foi possível visualizar a importância do *Projeto Seu vizinho* também no Aglomerado da Serra. O diagnóstico foi disponibilizado para essa pesquisa em comum acordo entre as empresas Vale S.A. e Instituto Kairos.

Não podemos deixar de destacar que, segundo diagnóstico do Instituto Kairos (2019), várias ações do poder público no Aglomerado da Serra foram importantes, mas ainda existem muitas oportunidades de ação para a comunidade e, nesse aspecto, é preciso considerar os principais aparelhos sociais do Aglomerado, alguns considerados sociais e culturais: Grupo de teatro MORRO ENCENA (Vila Nossa Senhora Conceição); Projeto Providência (Vila Fazendinha, Campo do Najá) – criado em 1988, com a missão de educar, para a vida, crianças, adolescentes e jovens em situação de risco social; Conselho de Pais Criança Feliz – Child Fund Brazil (Vila Cafezal) – uma ONG com objetivo de apadrinhamento de crianças; Projeto

⁷ Favelinha Fashion Week: é uma iniciativa do coletivo Lá da Favelinha. “A intenção é formar um coletivo que produz peças em parceria com as lideranças locais, criando coleções e novas fontes de renda para a comunidade”.

⁸ Memorial Minas Vale: Caracterizado como MUSEU DE EXPERIÊNCIA, o Memorial Minas Gerais Vale traz a alma e as tradições mineiras contadas de forma original e interativa. Cenários reais e virtuais se misturam para criar experiências e sensações que levam os visitantes do século XVIII ao século XXI. Disponível em: <http://memorialvale.com.br/pt/sobre-o-memorial/apresentacao/>. Acesso em: 27/11/2020

Fotográfico Rafael Freire (Vila Cafezal), Projeto Itamar (Vila Cafezal); Centro Cultural Vila Marçola – PBH (Vila Marçola); Centro Cultural Vila Fátima – PBH (embora com nome de Vila Fátima, o Centro Cultural fica na Vila Fazendinha); Jovens Com Uma Missão – Jocum (Vila Nova São Lucas, Favelinha); Centro missionário de desenvolvimento social (Projeto Levanta e brilha Vila Fazendinha); Centro de Referência Assistência Social – CRAS Vila Marçola; Centro de Referência Assistência Social – CRAS Vila Fátima; Espaço Criança Esperança Belo Horizonte – Rede Globo/UNESCO: Lá da Favelinha: Roots Ativa (agroecologia, autogestão e economia solidária) e *Projeto Seu Vizinho*.

5.2. CULTURA, EMPREGO E RENDA, EMPREENDEDORISMO E ECONOMIA CRIATIVA NO AGLOMERADO DA SERRA

A cultura e a criatividade pulsam no Aglomerado da Serra. Atualmente, o Aglomerado possui dois centros culturais construídos e administrados pela prefeitura Municipal de Belo Horizonte, localizados na Vila Marçola e na Vila Nossa Senhora de Fátima. Ambos realizam atividades de cultura e esportes para a comunidade. (INSTITUTO KAIROS, 2019).

Segundo o relatório do instituto kairos (2019), o Centro Cultural Vila Marçola (CCVM) atua como parte de uma política pública municipal, tendo como fim a descentralização da cultura. Trata-se de um espaço que possibilita e fomenta a criação e a fruição da cultura, em um ambiente tão rico em talentos artísticos como é o Aglomerado da Serra. Dados oficiais do site da Prefeitura de Belo Horizonte informam que o Centro Cultural foi inaugurado em 18 de agosto de 2007, a partir de recursos do Orçamento Participativo, mediante à proposta de um grupo de artistas da comunidade. Com uma agenda intensa, o Centro Cultural conta com vários grupos do Aglomerado que efetuam parcerias e utilizam o espaço, entre eles: a Cia dos Anjos (grupo de hip hop), o Movimento 105 (Torcida organizada), Grupo Identidade (grupo teatral) e o Bloco *Seu Vizinho*.

Foto 1: Praça de dança do CCVM



Fonte: Ricardo Laf/PBH

Foto 2: Praça central do CCVM



Fonte própria.

Foto 3: Telecentro do CCVM

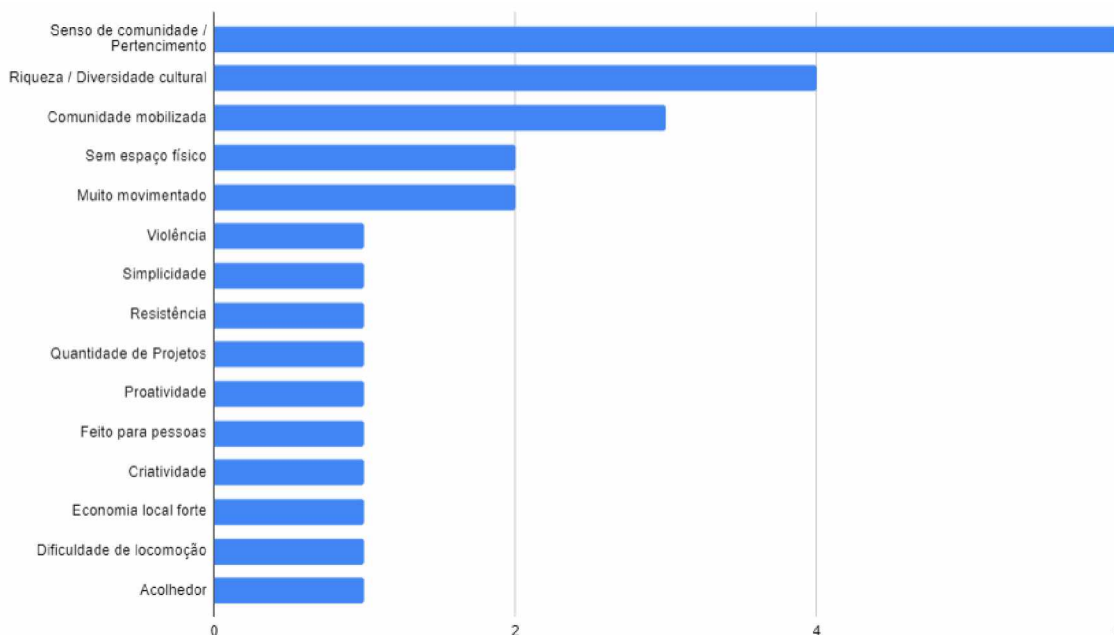


Fonte própria.

A partir das entrevistas, do trabalho de campo e do diagnóstico executado pelo Instituto Kairos no ano de 2019 sobre o Aglomerado da Serra, foi possível identificar algumas pistas importantes em relação à cultura, emprego, renda, empreendedorismo e Economia Criativa na região.

Dentro dos pontos de relevância do diagnóstico, foram consideradas a riqueza e a diversidade cultural do Aglomerado, assim como a união e senso de comunidade presente na população. Os projetos *Lá da Favelinha* e o *Bloco Seu Vizinho* foram majoritariamente citados como referências de desenvolvimento da cultura local. O potencial artístico / criativo e os equipamentos culturais presentes também foram elencados como potência a serem mais bem aproveitadas, guardando grande força de desenvolvimento à região (Gráfico 4).

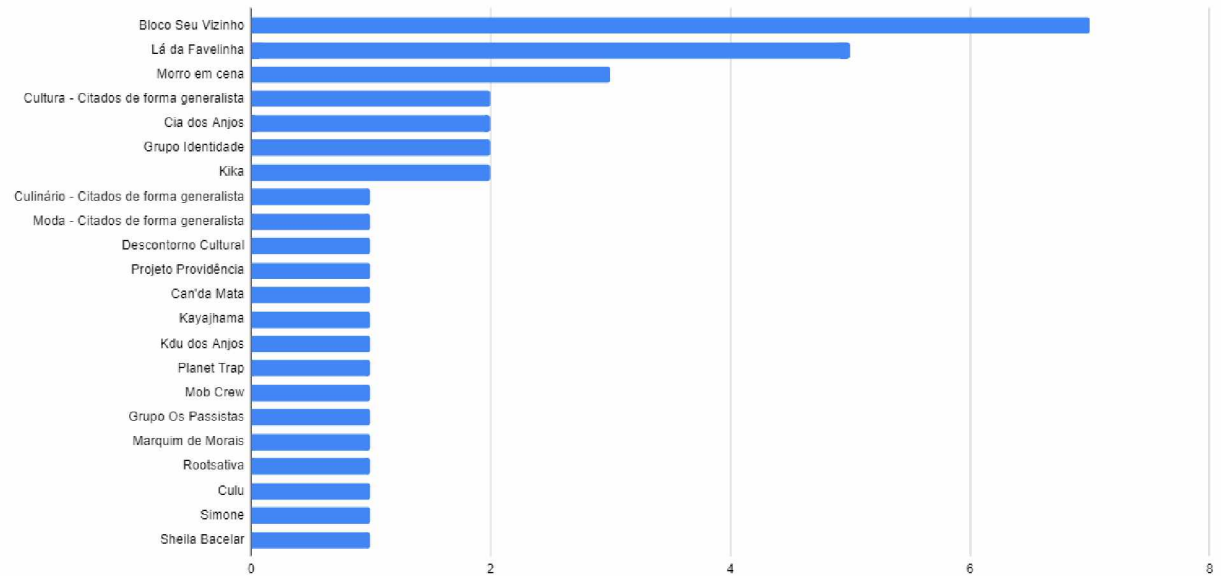
Gráfico 4: Principais características do Aglomerado da Serra



Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 11

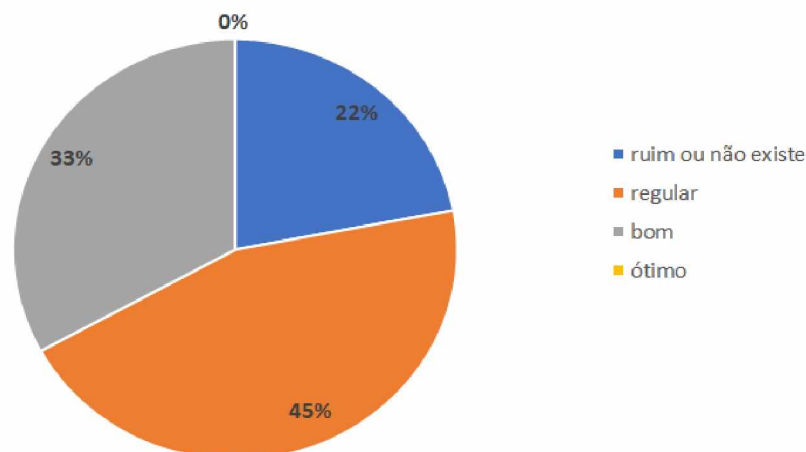
Entre as diversas áreas abordadas no diagnóstico realizado com os entrevistados do Aglomerado da Serra, constam: cultural, segurança, transporte, serviços públicos, saúde e saneamento básico, no entanto, nesta pesquisa, concentraremos nos pontos culturais, pois os pontos relacionados ao universo cultural do Aglomerado recebem grande aprovação. 56% dos entrevistados consideram os movimentos culturais ótimos e 33% considera como bom, demonstrando reconhecimento das ações existentes e do potencial cultural presente nas comunidades. As principais frentes citadas foram novamente o *Bloco do Seu Vizinho*, o *Lá da Favelinha*, o *Morro em Cena*⁹ e os Centros Culturais da prefeitura (Gráfico 5).

⁹ Morro em Cena: grupo de teatro de rua (e/ou espaços alternativos), feminino, sendo as atrizes residentes no Aglomerado da Serra (Belo Horizonte/MG), atuando com peças de teatros que, preferencialmente, reflitam sobre os Direitos Humanos e falem sobre a realidade social das periferias e gênero.

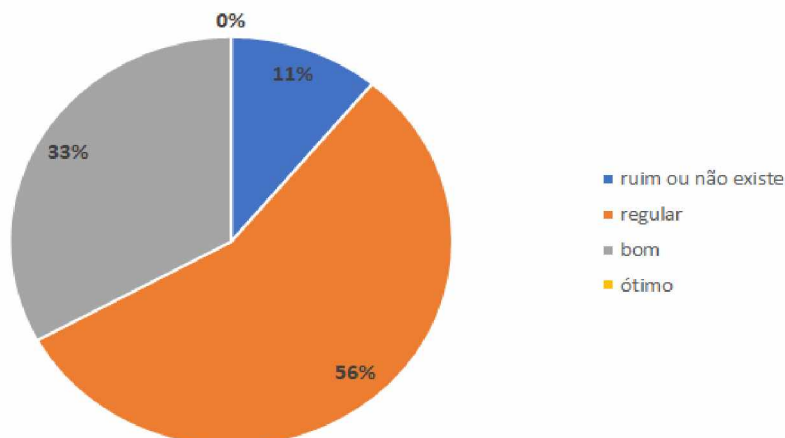
Gráfico 5: Eventos, atividades e grupos mais citados

Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 15

Em relação à distribuição de renda, segundo pesquisas, no Aglomerado há uma concentração de população cuja maioria está dentro da faixa de renda de 01 salário mínimo mensal. O mercado de trabalho formal, em 2019, estava sendo avaliado como regular (Gráfico 6), com grande referência à informalidade presente na região e à necessidade de os moradores irem trabalhar fora do Aglomerado (Gráfico 7).

Gráfico 6: Distribuição de rendas dentro do Aglomerado da Serra

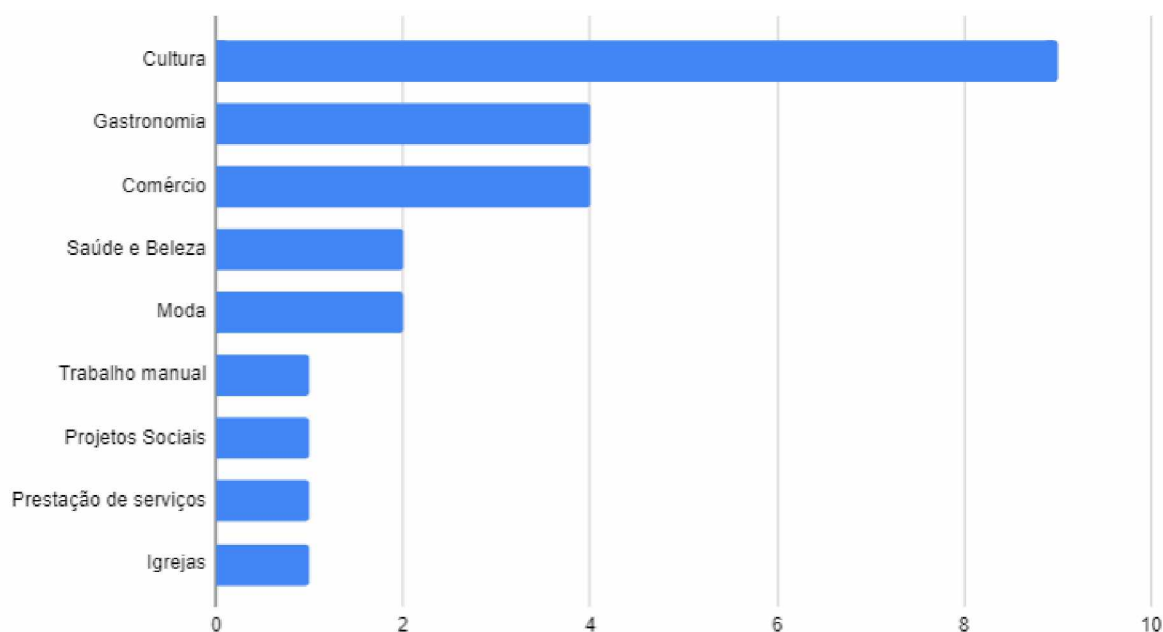
Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 13

Gráfico 7: Mercado de trabalho

Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 13

Ficou evidenciado na pesquisa que as diversidades culturais do Aglomerado são reconhecidas como potencial para desenvolvimento de geração de renda para as pessoas da região. A razão entre os “extremos” é de 3 para 1. Ou seja, 3 consideram “bom” o mercado de trabalho para cada um que considera ruim. Com destaque para a cultura do funk, da moda e da culinária local (Gráfico 8), esse movimento na cultura vem se destacando através de ações de grupos e projetos como o *Bloco do Seu Vizinho*, o *Lá da Favelinha* e o *RootsAtiva*.¹⁰

¹⁰ RootsAtiva: situado no alto da Vila de Nossa Senhora de Fátima se encontra uma experiência que une agroecologia urbana e cultura rastafári. Criado em 2006, o coletivo Roots Ativa surgiu para difundir a cultura rastafári. Alguns integrantes foram morar em outras partes do Brasil e estabeleceram núcleos locais. Na capital mineira, o grupo criou uma sede própria há 10 anos em Aglomerado da Serra.

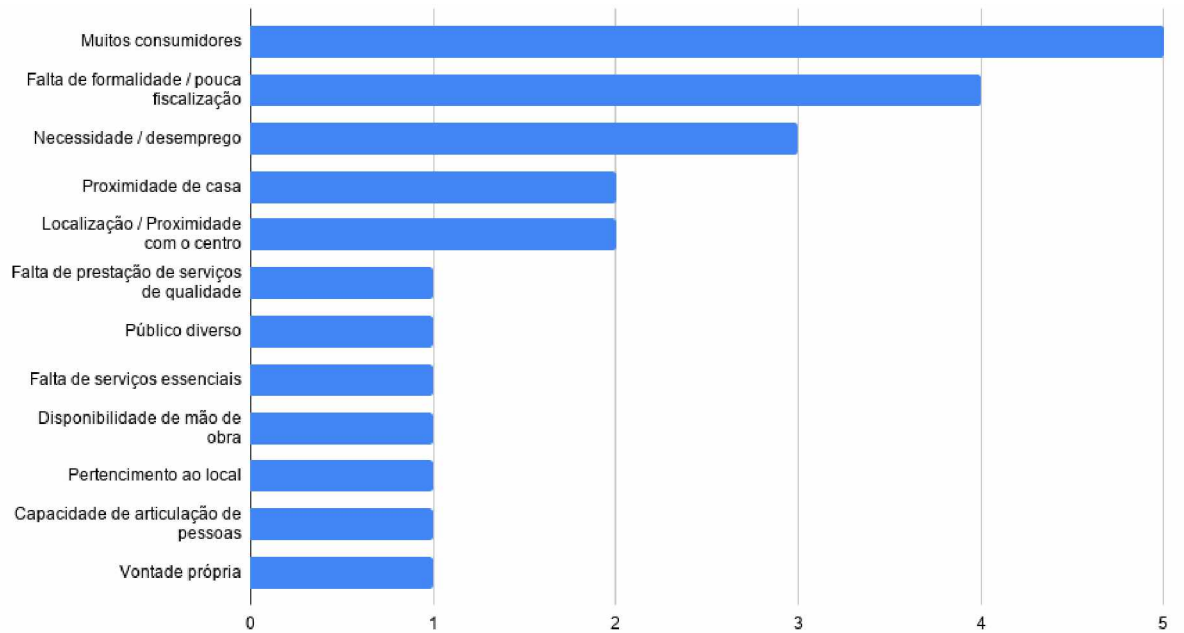
Gráfico 8: Principais potenciais de desenvolvimento

Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 13

A efervescência cultural é destacada como potencial a ser trabalhado e apoiado pelos setores público e privado, assim como o apoio ao potencial artístico, os equipamentos culturais, a Economia Criativa e ao incentivo ao empreendedorismo local. Tendo a oportunidade de fortalecimento das ações que estão sendo desenvolvidas pela comunidade e na formação de jovens e adultos mais empreendedores, valorizando e gerando renda através da cultura local.

Em relação ao empreendedorismo, o diagnóstico realizado pelo Instituto Kairos (2019) mostrou que o empreendedorismo local é marcado pela necessidade de geração de renda da população e pelo desemprego. Não há treinamento ou apoio ao empreendedorismo na região e aos grupos ou ações que investem de forma empreendedora, que fazem de forma instintiva, muitas vezes sem capital ou com um capital extremamente reduzido para iniciar o negócio (Gráfico 9).

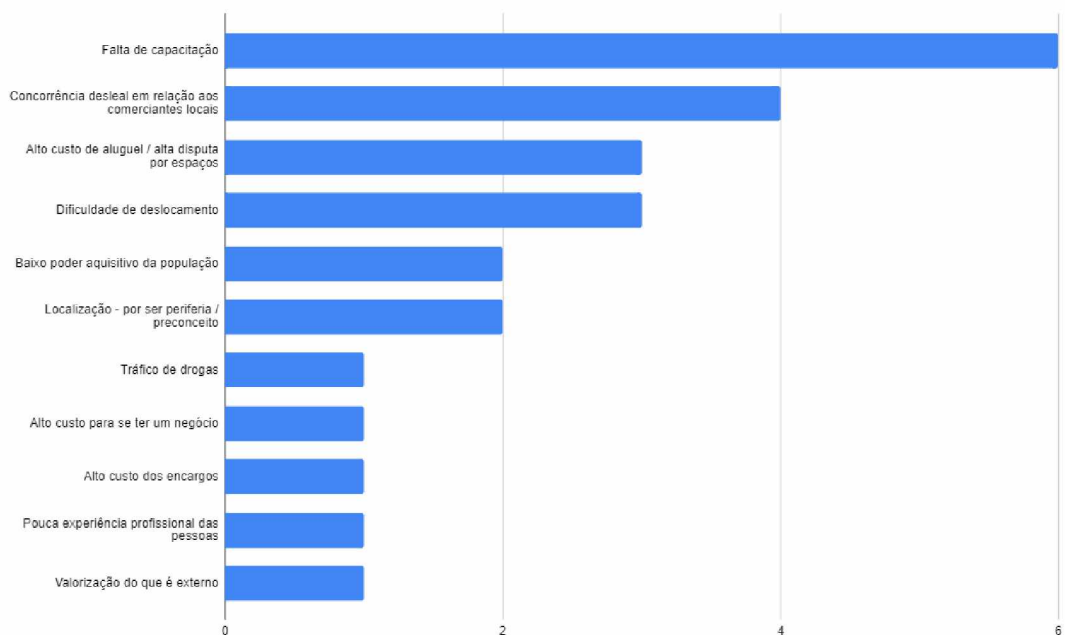
Gráfico 9: Principais fatores que incentivam o empreendedorismo



Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 14

Entre os principais fatores que não incentivam o empreendedorismo de forma instintiva, é citada a falta de capacitação, assim como a concorrência desleal entre os comerciantes locais. (Gráfico 10).

Gráfico 10: Principais fatores que não incentivam o empreendedorismo



Fonte: Garota Hacker: Relatório Final. 2019. p. 14

Em relação à Economia Criativa no Aglomerado da Serra, os entrevistados acharam que existem oportunidades para serem exploradas, colocando as ações da seguinte forma: 80% dos atores locais entrevistados alegaram ser regular ou boa, (40% cada uma destas opções). Foram valorizados os movimentos culturais envolvendo principalmente a música, dança e moda local através dos grupos e frentes de trabalho como o *Bloco do Seu Vizinho* e o Centro Cultural Lá da Favelinha.

Outro ponto que se destacou foi a gastronomia, com referência nas ações do grupo RootsAtiva e do Festival Comida de Favela.¹¹ Posteriormente, foram citados outros grupos que movimentam a Economia Criativa no Aglomerado e pessoas com referência a lideranças nos processos de produção cultural local.

O *Bloco Seu Vizinho* é, mais uma vez, citado pelo levantamento no diagnóstico como um dos mais marcantes em relação à Economia Criativa no Aglomerado da Serra.

5.3. PROJETO – BLOCO SEU VIZINHO, ESCOLA DE ARTE PERIFÉRICA

O *Seu Vizinho* surge como um bloco de carnaval, com o objetivo de levar diversão para a vizinhança do Aglomerado da Serra. O nome, a princípio, surge a partir da ideia de colaboração do vizinho que está sempre pronto a participar das atividades da vizinhança, esse *Seu Vizinho* ao lado, que está sempre presente. Em outro contexto, o nome pode estar associado à ideia de pertencimento, “o bloco é seu, vizinho! Venha junto conosco.” Posteriormente, o bloco de carnaval se transformou em projeto e passou a ter como premissa a Escola de Arte Livre e Periférica com foco em música e produção cultural. (DOMINGUES 2019)

A ideia de criação do Bloco *Seu Vizinho* surgiu em 2014, da inquietude de um grupo de amigos, dentre eles quatro irmãos, acostumados a tocar em outros blocos do carnaval belorizontino. No entanto, esse grupo de amigos passou a observar a falta de representatividade nos blocos em que participavam, com uma ausência ou baixa presença de pessoas negras e faveladas.

¹¹ Festival Comida de Favela: Circuito gastronômico de favelas fortalece diversos aspectos das cadeias produtivas das comunidades.

É a partir dessa observação e inquietação que surge a vontade de fazer algo transformador pela comunidade em que estavam inseridos e, assim, os irmãos Bárbara Luísa Ribeiro (Babi), Paulo Vitor Ribeiro (PV), Diego Henrique Ribeiro (Chassi), Núbia Aparecida Ribeiro e os amigos Matheus Lobo e Ana Luiza Menezes (Aninha) iniciaram os primeiros preparativos do bloco, no intuito de realizar o cortejo de carnaval de 2015, com o grande desafio de levar as festividades do carnaval de Belo Horizonte para dentro do Aglomerado. E uma das primeiras ações efetivas do grupo foi a construção de uma página em rede social, para realizar o chamamento de participantes para o bloco.

Segundo Domingues (2019), o bloco surgiu com uma característica fortemente social e colaborativa, mesmo que alguns dos integrantes desse processo de criação não tenham vislumbrado essa dimensão inicialmente.

Diferentemente dos outros blocos do carnaval de Belo Horizonte, em que cada integrante da bateria tem o seu próprio instrumento musical, o bloco nasceu com a perspectiva de ter os instrumentos do próprio bloco para viabilizar a inclusão dos moradores que não tinham recursos para comprar, tendo em vista que o custo de um instrumento é relativamente alto para pessoas com poucos recursos financeiros.

Para obter esses instrumentos no bloco, algumas ações foram desenvolvidas a fim de receber doações e campanhas no ano de 2014 e 2015. Nos ensaios, que foram realizados em ambientes coletivos, as pessoas eram convidadas pelo “boca a boca” ou pelos panfletos distribuídos na comunidade; elas acabavam gostando, fomentando a vontade de participar do bloco e ajudar na construção do acervo de instrumentos.

No carnaval de 2015, o bloco realizou seu primeiro cortejo, com cerca de 500 pessoas entre bateria e foliões. A concentração do bloco aconteceu no Aglomerado da Serra, na Praça do Cardoso, descendo pelas ruas da comunidade e finalizando na Praça Floriano Peixoto. Era literalmente a favela invadindo o asfalto e ocupando espaços. No ano de 2019, o bloco, no momento de maior concentração, tinha aproximadamente 5.000 pessoas (DOMINGUES, 2019).

Foto 4: Carnaval 2017



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/Bu6dfxODoqK/>)

Foto 5: Carnaval 2017



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho (<https://www.instagram.com/p/BvJ26ZbHNKS/>)

Apesar de grande sucesso no desfile inicial, o grupo optou por escutar as demandas e opiniões da comunidade e recebeu algumas críticas, como “o bloco de *playboy*” – gíria utilizada, nesse caso, com a conotação de “meninos ricos do asfalto”, um conceito que está completamente associado à detenção de privilégios de uma sociedade desigual. Esse fato foi relatado na entrevista realizada com um dos fundadores e no trabalho desenvolvido por Domingues (2019).

Domingues (2019) relata que o termo “*playboy*”, utilizado como crítica naquele primeiro ano, aconteceu em função de o bloco sair com muitos participantes que não eram da favela e sim de outros blocos da cidade. Isso aconteceu porque os fundadores já tinham uma relação com pessoas de outros blocos do asfalto, graças ao incentivo da mãe, que entendia que para além do Aglomerado os filhos poderiam ter oportunidades de lazer e de estudo em outros espaços da cidade. Por sinal, a figura materna ganha grande destaque nas narrativas de todos os seis fundadores do grupo.

A crítica aos participantes “*playboys*” do bloco de favela foi muito sentida no primeiro momento, afinal, o grande objetivo do bloco era atender exatamente à vizinhança do Aglomerado, composto, em sua maioria, por pessoas pretas, pobres e muitas vezes sem acesso ao próprio carnaval de blocos da cidade. E foi a partir disso que os fundadores passaram a pensar de forma coletiva em ações para conseguir a adesão das pessoas do Aglomerado.

Entendeu-se que era necessário abrir uma oficina para ensinar a comunidade a tocar os instrumentos, além da importante missão de conferir a noção de pertencimento para aquelas pessoas. O bloco também adotou um regime de cotas para as ações, principalmente para os cortejos de carnaval. Para surpresa da direção, com o chamamento para oficinas de percussão, surgiu um número expressivo de crianças com a intenção de participar (Fotos 6 e 7). É a partir deste momento que o bloco absorveu a responsabilidade com a comunidade, saindo com pessoas de todas as idades, de forma democrática e inclusiva. Mas até o carnaval de 2018, o bloco ainda autorizava as pessoas que não tinham nenhum vínculo com o bloco durante o ano a desfilar. A partir do carnaval de 2019, ficou decidido que desfilariam como integrantes da bateria somente quem tivesse algum vínculo com o bloco no decorrer do ano.

Foto 6: Oficina de percussão



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BYtBmrrn9tk/>)

Foto 7: Oficina de percussão



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BVhnbBvFTxO/>)

5.3.1. SEDE DO BLOCO SEU VINHO

Até o ano de 2017, o *Projeto Seu Vizinho* não tinha sede própria. As reuniões, o planejamento e a guarda de equipamentos ocorriam na casa da família Ribeiro. Com o crescente número de equipamentos, ficou inviável continuar dessa forma. Em

um primeiro momento, foi alugado um espaço só para a guarda de equipamentos e, posteriormente, com um pouco mais de recursos, foi providenciada a mudança de casa.

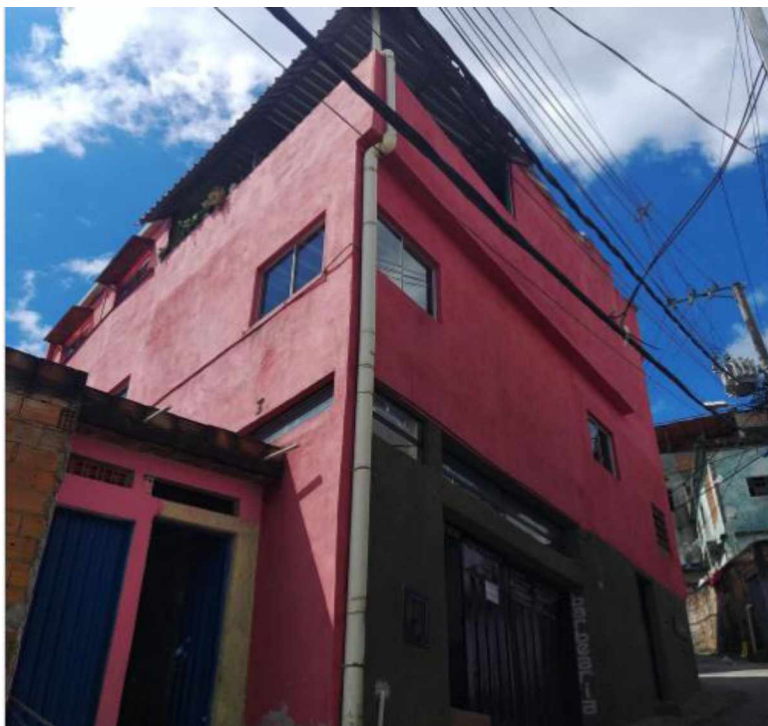
Atualmente, o *Projeto Seu Vizinho* possui uma sede própria – está na sua terceira casa –, onde concentram as atividades menores relacionadas às oficinas, área administrativa e guarda de instrumentos. As atividades maiores, geralmente, são realizadas nos dois Centros Culturais existentes no Aglomerado e administradas pela Prefeitura Municipal. A maior parte dessas parcerias se dá com o Centro Cultural Vila Marçola.

Foto 8: Segunda sede do *Seu Vizinho*



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/B0tnjvAJUgK/>)

Foto 9: Sede atual do Seu Vizinho – ano de 2020



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (https://www.instagram.com/p/B_LmgDZlj10/)

5.3.2. FORMAS DE FINANCIAMENTO DO PROJETO SEU VIZINHO

Em relação à forma de financiamento de recursos, o *Projeto Seu Vizinho*, inicialmente, captou recursos por meio de doações dos participantes e de investimento de dois dos fundadores no primeiro ano. Em 2015, o bloco conseguiu recursos do edital da Belotur – Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte –, uma empresa pública responsável pela divulgação do turismo na cidade de Belo Horizonte.

É importante salientar que o *Seu Vizinho*, desde 2015, foi aprovado em pelo menos um edital por ano, sendo esses editais sempre municipais, tanto para o carnaval como para desenvolver as ações que surgiram pós-carnaval.

Nos anos iniciais, todos os fundadores desenvolviam outras atividades profissionais, utilizando o tempo extra para cuidar do bloco de carnaval. Porém, isso foi mudando ao longo do tempo e, no aumento gradual das demandas do *Seu Vizinho*, em 2020, cinco dos fundadores trabalharam exclusivamente com as atividades relacionadas ao Projeto.

Atualmente, o projeto tem como fonte de recursos o financiamento coletivo, as participações em editais públicos e privados, ações comerciais como venda de produtos, palestras, shows, produção cultural, eventos, prestação de serviços e permutas.

5.3.2.1. FINANCIAMENTOS COLETIVOS

Essa forma de financiamento, segundo Domingues (2019), passa a ser adotada em 2018. Os financiamentos coletivos ou *crowdfunding* são “vaquinhas” e têm como base a economia colaborativa – um ecossistema socioeconômico construído em torno do compartilhamento de recursos físicos e intelectuais, podendo ser o compartilhamento da criação, produção, distribuição, troca e consumo de bens e serviços disponibilizados por pessoas e organizações. Quando um grupo de pessoas se identifica com uma causa, o *crowdfunding* se coloca na posição de receber contribuições de empresas, grupos maiores ou pessoas que acreditam no projeto e podem contribuir financeiramente. Geralmente, cada um colabora com o que pode, tendo alguma contrapartida mesmo que de forma simbólica. Essa ação virou uma prática mais democrática com o advento das plataformas digitais, e o *Seu Vizinho* utiliza dessas plataformas para as suas ações, principalmente para o custeio de algumas despesas de custo fixo.

Eventualmente, os fundadores usam as redes sociais do *Seu Vizinho* com o objetivo de incentivar a colaboração da comunidade e dos admiradores do projeto no financiamento coletivo do Projeto. Essa é uma ação inteligente e também sincera do grupo, mostrando de maneira clara onde o dinheiro é investido dentro do projeto e a importância de cada doação. As Figuras 4 e 5 são exemplos destas campanhas.

Figura 4: Campanha para Manutenção das atividades durante o ano de 2020

**EI, VOCÊ!
TA SABENDO DA CAMPANHA?
50
DE
R\$10,00**

© FAUNO

SEU VIZINHO

seuvizinho_ • Seguir

seuvizinho_ Pra apoiar o projeto Seu Vizinho você não precisa NEM SAIR DE CASA, olha que maravilha! Precisa apenas de um cartão de crédito 📄, que cadastrado na plataforma da Evoé, todo mês o valor é debitado na sua fatura! E esse valor quem escolhe é você! 🙌 A PARTIR DE 5 (CINCOOOO) conto!

O link tá na Bio! Rápido e fácil! BORA? ❤️

Na foto Sérgio Tiago no desfile de 2017 com quase 2 aninhos! Hoje ele já está com 5! 🍀

📧: @faunofaunofauno

Curtido por paulastcosta e outras 39 pessoas

26 DE OUTUBRO

Adicione um comentário... Publicar

Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CG0nB3NFom/>)

Figura 5: Financiamento coletivo através de Redes Sociais

SEU VIZINHO

GESTÃO R\$ 1.600
PLANEJAMENTO, FINANÇAS, PRODUÇÃO DE CONTEÚDO, FUNDO DE COMUNICAÇÃO

APOIO E LIMPEZA R\$ 200
MANUTENÇÃO DO ESPAÇO

ALUGUEL R\$ 1.500
ESTE É O PROJETO ATUAL, MEU USAR COMO FONTE DE APOIO A CAUSA, MAS SEMO SEM COORDENADOR PARA CADERNO DE AÇÃO, COBIL, ABANDONAMENTO, MANUTENÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CESTA E MATERIAIS DE PROTEÇÃO

MANUTENÇÃO R\$ 200
PROTEÇÃO, ENTREGA PARA COZINHA, TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO DE CESTA E OUTROS DOADORES

DESPESAS R\$ 300
INDICA, LUZ E INTERNET

COMUNICAÇÃO R\$ 700
GERAÇÃO DE CONTEÚDO E INFORMAÇÃO PARA AS REDES SOCIAIS, EMAIL, WHATSAPE

PRODUÇÃO R\$ 500
CAMPANHAS CONTRA A COVID-19, ATIVIDADES VIRTUAIS, ACESSORIOS, AEROS ÓNICOS

TOTAL: R\$ 5.000

seuvizinho_ • Seguir

seuvizinho_ BATEMOS 60% DO FINANCIAMENTO RECORRENTE!! Vizinhança, a gente tá feliz pra caramba com o apoio de vocês! Valeu demais por quem apoiou, por quem chamou o vizinho, por quem compartilhou e quem acreditou <3 E pra quem ainda tá por fora do que tá rolando, se liga: Com algumas ações que geram renda paradas por causa da COVID-19, mais do que nunca, estamos precisando da sua força pra gente continuar seguindo em frente e poder comemorar juntos quando tudo isso passar. As nossas atividades presenciais estão suspensas como medida de segurança, mas mesmo à distância a gente tá junto do nosso

Curtido por serraosemcorona e outras 159 pessoas

17 DE JUNHO

Adicione um comentário... Publicar

Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CBiYVXIlmUA/>)

5.3.2.2. FINANCIAMENTO ATRAVÉS DE EDITAIS.

Para Domingues (2019), no que diz respeito aos editais, que é uma forma extremamente importante de receber financiamento por se tratar de uma maneira de o poder público incentivar as ações sociais, o *Seu Vizinho* tem tido sucesso desde 2015. O primeiro Edital de captação municipal aprovado foi da Lei Municipal de Incentivo à Cultura – LMIC, edital Descestra 2015 – Projeto nº 1605/2014.

A imersão nesse meio, assim como os primeiros passos do grupo, foi um processo de aprendizagem com improvisações, um jogo de acerto e erro. Estavam interagindo com uma série de aspectos burocráticos que não faziam parte do cotidiano recente deles. No entanto, pela experiência adquirida ao longo de suas trajetórias escolares, especialmente, universitárias, tiveram certa facilidade em se inserirem no mundo dos editais. A facilidade com leitura, escrita e com planilhas financeiras, garantiu a aprovação em cinco editais municipais. Mesmo com as aprovações, o dinheiro era necessariamente investido nas ações, o que fazia com que os jovens permanecessem sem recurso para subsistência. (DOMINGUES 2019, p.120,121)

Diversos outros financiamentos foram aprovados em outros editais:

- Edital de chamamento público para a concessão de auxílio financeiro aos blocos de rua do Carnaval Belo Horizonte, nos anos de 2017 e 2018.
- Edital 2017/2018 da Lei Municipal de Incentivo à Cultura (Projeto: Formação Cultural do Movimento Seu Vizinho – Projeto nº 0814/2017).
- Edital de chamamento público para a concessão de auxílio financeiro aos blocos de Rua do Carnaval Belo Horizonte 2019 – Chamamento público Nº 005/2018 – Prefeitura de Belo Horizonte.
- Edital lei Municipal de Incentivo a Cultura 2018/2019, Projeto Festival Vizinhança – Segunda Edição – Chamamento público Nº 1857/2018, classificado em primeiro lugar no edital na categoria música, segundo a Prefeitura de Belo Horizonte.
- Edital lei Municipal de Incentivo a Cultura 2020, *Projeto Seu Vizinho*, escola de arte livre e periferia – Chamamento público Nº0689/2020, classificado em terceiro lugar na categoria música, segundo a Prefeitura de Belo Horizonte.
- Edital Lei Aldir Blanc – Prefeitura Municipal 2020, *Bloco Seu Vizinho* na categoria culturas populares. Segundo a Prefeitura de Belo Horizonte, essa lei, especificamente, foi uma lei emergencial que prevê auxílio financeiro ao setor cultural. A iniciativa busca apoiar profissionais da área que sofreram com impacto das medidas de distanciamento social por causa da Covid-19.

Essa forma de captação tem se mostrado eficiente para o *Projeto Seu Vizinho*, apesar da incerteza desse tipo de financiamento, uma vez que editais de chamamento são avaliações temporais de ajuda em um determinado recorte de tempo. Geralmente, a direção do *Projeto* tem aproveitado essa forma de captação.

5.3.2.3. FORMAS DE CAPTAÇÃO ATRAVÉS DE SHOWS

Outra forma de arrecadação é através de ações e campanhas, como a realização do Bazar Show, geralmente associado a uma festa na comunidade. Nesse evento, ocorre a arrecadação referente ao valor do ingresso de portaria e da comercialização de produtos, aliado a uma roda de samba.

Os shows e apresentações do *Seu Vizinho* são importantes canais de arrecadação para o Bloco e para os participantes. O cachê das apresentações é dividido entre os integrantes do Bloco que compõem a banda de apresentação, ficando destinados 15% para o bloco e 85% para os integrantes da apresentação contratada.

Em 2020, em função da pandemia da Covid-19, essa forma de arrecadação praticamente não ocorreu, penalizando muito o rendimento de quem depende diretamente da banda show do bloco. As Figuras 6 e 7 mostram exemplos destas atividades.

Figura 6: Divulgação de evento de captação (Breshow)



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/Bp6pU83HFK-/>)

Figura 7: Divulgação de evento de captação (Show)



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (https://www.instagram.com/p/Bd_H7GcndCv/)

5.3.3. ATIVIDADES, OFICINAS E CURSOS REALIZADOS PELO SEU VIZINHO

Em relação às oficinas e aos cursos realizados pelo *Projeto Seu Vizinho*, eles foram diversos entre 2015 e 2020. O *Projeto* tem como foco determinante, atualmente, o bloco de carnaval e a Escola de Arte Livre e Periférica, que oferecem oficinas de violão, percussão, palestras e oficinas que abordam várias temáticas sociais de cidadania, reconhecimento da identidade negra e de visão política.

Dessa forma, podiam ser vistas ao longo do tempo o oferecimento de oficinas, atividades e ações que fugiam às necessidades tradicionais de um bloco de carnaval e englobavam as famílias e a comunidade, como: Oficina Continuada de Acroyoga (2017); Oficina Pontual de Elaboração de Currículo, Entrevista de Emprego e Atendimento ao Público (2018); Passeios com as crianças e adolescentes - cinema, teatro, museu, praça, etc. (2016, 2017 e 2018); Doação de cestas básicas, fraldas e oferecimento, em parceria com voluntários, de atendimento dentário, entre outras de cunho assistencial, bem como a produção e apoio a eventos culturais dentro e fora do Aglomerado, como: I Festival Vizinhança (2016); Movimenta Caixa d'Água – em parceria com os projetos da Secretaria de Segurança do Estado: Fica Vivo e Mediação de Conflitos – (2017); Arraial da Serra/Quadrilha da Rua da Água - em parceria com moradores e agentes da cultura local - (2017 e 2018); Apoio ao Evento Arte, Cultura e Lazer na Quebrada - Especial Dia das Crianças (2017). (DOMINGUES, 2019, p.110)

Algumas oficinas têm temáticas educativas e outras que parecem simples, mas são de extrema relevância para os jovens da comunidade, como, por exemplo, a Oficina de Preparação de Currículo (Figura 8), com objetivo de preparar, de maneira introdutória, o indivíduo para o mercado de trabalho. Essa oficina teve foco na elaboração de currículo, preparação para entrevista de emprego e técnicas de atendimento. O público-alvo foram todos os moradores do Aglomerado, com um olhar para os jovens em busca do primeiro emprego. Outro exemplo seria a oficina ligada à área de saúde (Foto 10), com o objetivo de ensinar as crianças a realizar a higiene bucal.

Figura 8: Divulgação da oficina de elaboração de currículo



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BhcohtCDj-L/>)

Foto 10: Oficina de higiene bucal



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CDgpNoKFha6/>)

5.3.3.1. OFICINA DE DANÇA E CONTAÇÃO DE HISTÓRIA

As oficinas de dança e contação de história têm como público-alvo as pessoas da terceira idade da comunidade. Nessas oficinas, os idosos têm a oportunidade de experienciar sua criatividade, resgatando ou reafirmando a cultura e a identidade local.

Essa oficina (fotos 11 e 12) é muito valorizada pelo projeto e trabalha o poder da mulher no Aglomerado da Serra. No Carnaval de 2019, o tema para o *Bloco Seu Vizinho* foi as mulheres poderosas da Serra que sustentam famílias, muitas com jornada dupla de trabalho. Durante a pandemia, as reuniões desse grupo foram suspensas e, em função da acessibilidade digital, não foi possível desenvolver ações através da internet. Para esse público, foram distribuídas linhas e agulhas de bordar, como forma de manter laços durante o difícil período de isolamento.

Foto 11: Oficina de contação de história



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/Bp0CQx8HBkS/>)

Foto 12: Apresentação da oficina de dança



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BwU5HDRjCFW/>)

5.3.3.2. OFICINA DE ACROYOGA

A oficina de Acroyoga (Figura 9 e Foto 13) tem como técnica a realização de exercícios de Yoga convencional com acrobacia e, ao mesmo tempo, técnicas de massagem. Popular em estúdios e academias de áreas nobres, essa oficina é democraticamente oferecida pelo *Projeto Seu Vizinho*. Esse espaço também é uma forma das mulheres da comunidade participantes da oficina de se confraternizarem e discutirem os assuntos do dia a dia delas.

Figura 9: Divulgação da oficina de Acroyoga



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BgOjaw5jDD7/>)

Foto 13: Oficina de Acroyoga

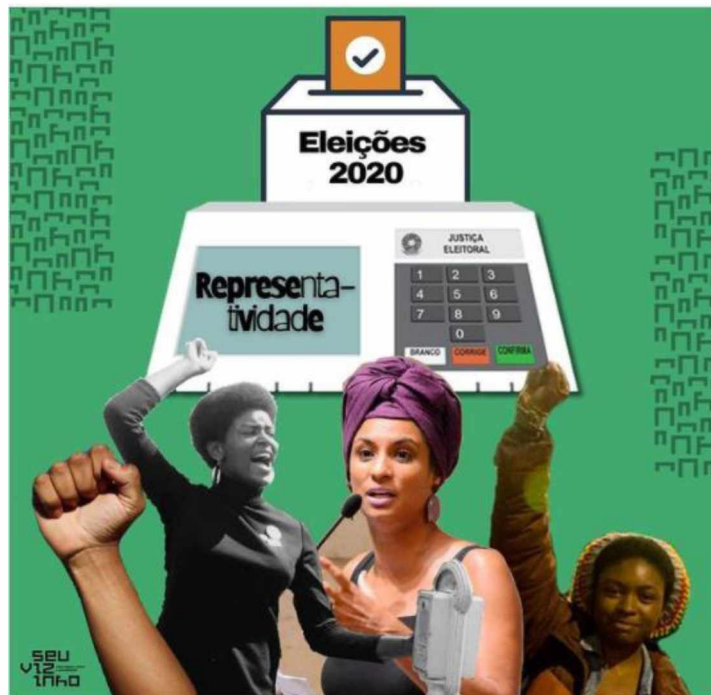


Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BgluER1jCY4/>)

5.3.4. RELAÇÃO POLÍTICA E REPRESENTATIVIDADE NO PROJETO SEU VIZINHO

Em relação à política, a pauta do *Projeto Seu Vizinho* é mais progressista em prol dos direitos sociais, direitos humanos e individuais, direito de igualdade racial e de gênero e valorização da democracia, mas existe um cuidado para manter as opções políticas de cada participante em sua individualidade, de maneira tal que não interfira nas atividades do *Projeto*. Apesar de o movimento buscar não se posicionar em relação a candidatos específicos, mas sim em relação a temas relevantes, em 2018, o *Projeto Seu Vizinho* fez campanha contra um candidato específico no segundo turno das eleições presidenciais (Figuras 10 e 11).

Figura 10: Posicionamento da importância do voto nas eleições municipais



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CHd1ReHIZM6/>)

Figura 11: Posicionamento do *Seu Vizinho* nas eleições presidenciais 2018



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BoPPKU0jxfn/>)

De acordo com Domingues (2019), as ações afirmativas do *Seu Vizinho* foram desenvolvidas de maneira mais clara, com o amadurecimento do próprio projeto. Então, pautas como visibilidade e reconhecimento do racismo estrutural foram sendo tratadas e incorporadas para serem combatidas no dia a dia do *Seu Vizinho*. Apesar do total de seis fundadores, cinco deles se declararam negros e um pardo e terem familiaridade com o tema desde a infância, o desenvolver da consciência como propósito para o projeto se deu após três anos à fundação do grupo.

As questões pertinentes às mulheres eram movimentadas no SV fortemente através da prática e dos discursos de denúncia e afirmação. Os debates ainda não tinham sido acionados em rodas de conversas, oficinas e palestras da mesma forma com que os temas pertinentes às relações raciais e território haviam percorrido. No entanto, esse movimento prático desencadeava deslocamentos e propunha diálogos com os diversos envolvidos. Dessa forma, era capaz de suscitar, durante as ações, certa desnaturalização do papel social da mulher e das imposições de um sistema social machista. O SV era um espaço de afirmação e de produção de elementos para a emancipação das mulheres em diálogo com outros movimentos e sujeitos engajados com lutas sociais, políticas e culturais. (DOMINGUES, 2019, p.156)

Domingues (2019) relata que, em relação ao empoderamento feminino, apesar da metade dos fundadores ser do sexo feminino, a questão da valorização da mulher como filosofia do Projeto passou a acontecer de forma efetiva a partir de 2018.

Segundo Domingues (2019), outros temas importantes são tratados e debatidos entre os participantes e seguidores do *Projeto Seu Vizinho*, como cidadania, orçamento participativo, a importância de se fazer representar através dos movimentos sociais, FUNDEB e Direitos Humanos. Esses temas são tratados em rodas de conversa ou através das redes sociais. (Figura 12).

Figura 12: Informativo sobre o FUNDEB



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CE5FtsUF01G/>)

5.3.5. EMPREENDEDORISMO NO SEU VIZINHO

No que diz respeito ao empreendedorismo social, as oficinas são uma forma de o Projeto apreender e aplicar na própria prática, motivando a comunidade a empreender e gerar emprego e renda (Figura 13). As relações comerciais do *Seu Vizinho* tentam sempre priorizar as relações comerciais dentro do próprio Aglomerado. O fato de o *Projeto Seu Vizinho* empreender dentro da Favela é uma forma de valorização das potencialidades dos próprios moradores de conseguir gerar renda.

Figura 13: Oficina de empreendedorismo



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BqymcPsHFMn/>)

5.3.6. ECONOMIA CRIATIVA E O PROJETO SEU VIZINHO

Quanto à Economia Criativa, o *Projeto Seu Vizinho* vem desenvolvendo ações criativas desde o momento de sua concepção, tendo como marca registrada a inovação ou resgate de ressignificação de produtos e ações ou no uso das tecnologias de acesso.

Em 2018, o *Projeto* participou do evento Semana de Empreendedorismo Criativo, uma realização do Consulado Britânico em parceria com o SEBRAE Nacional. O convite veio exatamente pelo reconhecimento das características de empreendedores criativos, localizados em territórios vulneráveis. As fotos 14 e 15 mostram esta participação.

Foto 14: Participação em evento de empreendedorismo e Economia Criativa



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/Bgqpo5JgGBK/>)

Foto 15: Participação em evento de empreendedorismo



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/BgRlxiMjh6x/>)

5.3.7. PARCERIAS DO PROJETO SEU VIZINHO

O *Projeto Seu Vizinho* é, atualmente, uma Escola de Arte Livre e Periférica e está sempre atento às parcerias com outras organizações dentro do Aglomerado ou realizando atividades conjuntas e divulgando trabalhos dos outros movimentos do Aglomerado da Serra, principalmente em suas redes sociais.

Acreditando na filosofia da vizinhança e tendo a noção clara de que o vizinho está em qualquer local, ultrapassando as dimensões do próprio território, o *Seu Vizinho* divulga, em suas páginas, produtos dos outros movimentos do Aglomerado.

Nas fotos 16 e 17 está a divulgação do Projeto Roots Ativa – a forma colaborativa dos movimentos fortalece os laços de ajuda e movimenta a própria economia.

Foto 16: Produtos do Coletivo Roots Ativa



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (https://www.instagram.com/p/CHi_QGQIEoF/)

Foto 17: Equipe do Coletivo Roots Ativa



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (https://www.instagram.com/p/CHI_QGQIEoF/)

Nesse movimento não linear de construção de comunidade, uma rede se constituiu entre os mais diversos sujeitos, grupos e coletivos presentes no Aglomerado. Essa rede parecia produzir um senso de comunidade próprio da construção social do Aglomerado. O Seu Vizinho, por exemplo, em uma discussão em uma reunião aberta à comunidade realizada no dia 03/10/2018, no bar da Caçapa, no bairro Serra, conversava sobre a não competitividade com outros grupos, coletivos e sujeitos do Aglomerado. Nessa discussão, em que destaco a centralidade de PV, debatiam a importância de pensar no Aglomerado antes de qualquer competição. De acordo com PV (03/10/2018) “Se está acontecendo algum evento no Aglomerado e o Seu Vizinho não está organizando, mas está sendo bom pra Serra, ótimo, que aconteça”. Outro exemplo ocorreu no final do ano de 2018, quando o Seu Vizinho começou a receber muitos convites para shows, apresentações, entrevistas, eventos, o que, diretamente, trouxe retorno econômico e visibilidade para o projeto como um todo. (DOMINGUES, 2019, p.97)

Nesses eventos, sempre que possível, o *Seu Vizinho* tenta incluir, em parceria, outros representantes do Aglomerado.

Na foto 18, está o *Seu Vizinho* fazendo divulgação nas redes sociais, do grupo de teatro Morro Encena formado por apenas meninas do Aglomerado.

Foto 10: Grupo de teatro Morro Encena

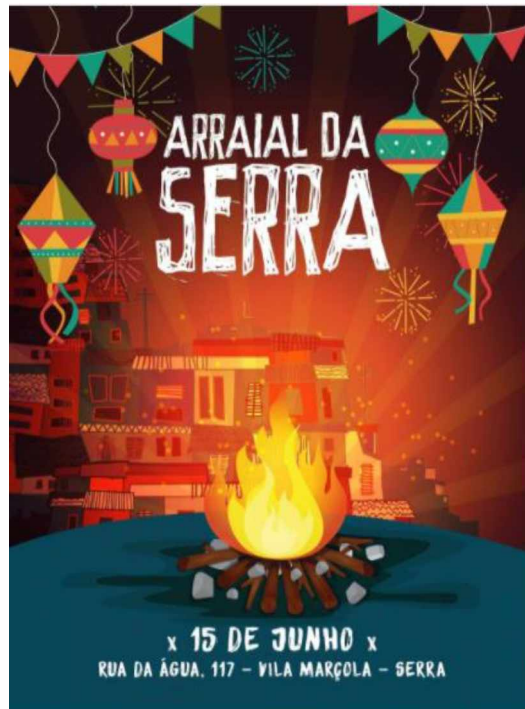


Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CIHDcMyFrfe/>)

5.3.8. SEU VIZINHO E AS DATAS FESTIVAS

As realizações do *Projeto Seu Vizinho* têm características eminentemente sociais, culturais e econômicas, com uma grande preocupação em fornecer acessos a toda comunidade. São celebradas de forma coletiva todas as festividades do calendário nacional como Páscoa, Natal, Dia das Crianças e Festa Junina, além de todos os outros eventos criados, como o ensaio do bloco para o carnaval (Figuras 14, 15, 16 e Foto 19). Os registros de datas importantes também estão sempre em aberto na pauta do setor de comunicação do Bloco, como o Dia da Mulher, Dia da Consciência Negra, entre outros.

Figura 14: Divulgação da Festa Junina do Seu Vizinho



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/Bw2M1RWjtoZ/>)

Figura 15: Celebração ao Dia dos Professores



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CGYWmE0FYq0/>)

Figura 16: Celebração ao Dia Nacional da Luta das Pessoas com Deficiência



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CFiRAUbFawa/>)

Foto 11: Comemoração de Dia das Crianças, 2020



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CGVsx9tlGhg/>)

5.3.9. SEU VIZINHO DURANTE A PANDEMIA ANO DE 2020

Em 2020, o *Projeto Seu Vizinho* precisou de se reestruturar devido à pandemia da Covid-19, que determinou o afastamento social, levando em consideração, inclusive, o slogan do *Projeto*, que é “tudo junto e misturado”. A adaptação se fez necessária para mostrar à comunidade que estar junto não precisaria ser necessariamente presencial, mas através das conexões virtuais. Dessa forma, o *Seu Vizinho* se adequou e passou a realizar oficinas virtuais, além de criar ações sociais de apoio aos moradores do Aglomerado da Serra, em conjunto a outras entidades e movimentos do Aglomerado (Figuras 17 18).

Figura 17: Divulgação da oficina de dança *on-line*



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (https://www.instagram.com/p/CH3U4W_Fuvu/)

Figura 18: Oficina acontecendo por chamada de vídeo



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (https://www.instagram.com/p/CEriAGCF_Yn/)

Os encontros das oficinas de terceira idade foram substituídos por oficinas de bordado, em casa e com o auxílio da tecnologia. Paralelamente, o projeto realizou ações para conseguir aparelhos celulares e condições de acesso para essa população idosa, no intuito de conectá-las, na oficina, e minar a sensação de abandono e distanciamento gerada pela pandemia (Figura 19).

Figura 19: Divulgação para a campanha de doação de celulares



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CIRVwsFFItc/>)

5.3.10. SEU VIZINHO E O PROCESSO DE REGULARIZAÇÃO

Em um esforço coletivo, o *Projeto Seu vizinho* – Escola de Arte Livre Periférica – conseguiu, em 2020, avançar no processo de formalização de registro como Organização da Sociedade Civil (OSC) no Aglomerado da Serra. A OSC é uma organização privada da sociedade civil sem fins lucrativos que busca promover e defender uma causa específica.

Garantir essa formalização é uma forma de fortalecer a causa defendida pelo *Seu Vizinho* e agregar ainda mais valor nas ações já desenvolvidas pelo projeto. Essa formalização permite ao projeto a participação em um escopo maior de editais públicos e acesso a algumas parcerias com empresas públicas e privadas, que são realizadas apenas com empresas formalizadas como pessoa jurídica.

Em uma publicação comemorativa nas redes sociais, os fundadores reforçam que o registro como OSC engrandece o Projeto como “uma transformação social através do direito à arte, cultura, educação e geração de renda na favela”, salientando a importância dessa conquista para toda a comunidade do Aglomerado da Serra (Figura 20).

Figura 20: Importância do registro OSC



Fonte: Rede Social – Seu Vizinho. (<https://www.instagram.com/p/CCZQFSTlaGZ/>)

5.3.11. SEU VIZINHO É A RELAÇÃO DE PODER INTERNA, ESTRUTURAÇÃO PARA O FUTURO

Segundo Domingues (2019), a gestão do *Projeto Seu Vizinho* é participativa, todos os fundadores têm atividades predefinidas, mas não existe uma hierarquia entre eles; todas as decisões são decididas através de reuniões semanais. No caso de eventualidades ou de algum tema de caráter emergencial, a deliberação pode acontecer via grupo de WhatsApp, entre os seis integrantes fundadores. Acontece sempre uma reunião de planejamento semanal.

Os integrantes do *Projeto* agora partem para um ponto de definição de representatividade para um planejamento de longo prazo e adoção de medidas gerenciais que estão em construção.

Este trabalho busca entender melhor essa experiência. Na próxima seção, descrevemos a metodologia deste trabalho seguida da análise dos dados obtidos nesta pesquisa.

6. METODOLOGIA

O presente trabalho pode ser classificado como um estudo de caso – a pesquisa tem caráter qualitativo. Como fontes, utilizamos uma revisão da literatura e análise de dados coletados de forma virtual. A visita de campo, em função da pandemia, foi prejudicada (essa visita foi limitada ao conhecimento espacial do território pesquisado). Por se tratar de ano eleitoral e da pandemia, diversos documentos públicos também não puderam ser acessados, infelizmente.

O trabalho de campo não pôde ser realizado na sua plenitude em função da atual pandemia da Covid-19. Mas a experiência foi bem contemplada na leitura atenta da dissertação de mestrado de João Paulo Mariano Domingues, defendido em 2019, sobre o *Projeto Seu Vizinho*, na área de pedagogia da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Domingues (2019) desenvolveu o trabalho de forma qualitativa, tendo como eixo central “a apropriação das ruas pelos blocos de carnaval na Belo Horizonte contemporânea e no decorrer da produção apresentou uma lacuna que dizia respeito ao território em que os blocos estavam inseridos” (DOMINGUES, 2019, p.23). O trabalho utilizou a característica metodológica de observação participante. Domingues participou por dois anos como observador e trouxe no seu trabalho uma escrita detalhada da experiência vivida.

Além deste texto, foram feitas pesquisas e leituras sistemáticas de bibliografia e documentos relevantes. Foram realizadas entrevistas¹² semiestruturadas com responsáveis pela criação do *Projeto Seu Vizinho*. Essas pessoas são consideradas chave, seja pelo seu nível gerencial e poder de decisão, seja pelo seu testemunho histórico de fatos presenciados, considerados importantes para a reconstrução do processo investigado. Foi também realizada uma pesquisa documental com as publicações relativas ao *Projeto Seu Vizinho*. Para preservar a identidade dos dois participantes em tela, foram omitidos seus nomes reais, adotando-se, em substituição, os nomes “entrevistado um” e “entrevistado dois”.

Houve também um mapeamento das ações existentes no *Projeto Seu Vizinho* e as formas de financiamento delas. Em relação aos projetos financiados por lei,

¹² Entrevistador: Ciro César de Carvalho. Belo Horizonte, Outubro 2020. Reunião on-line Zoom. Entrevista concedida para elaboração de monografia do entrevistador.

analisou-se como as pessoas se organizaram e se capacitaram para fazer uso desses instrumentos. Foram também analisadas outras formas de financiamento das ações do *Seu Vizinho*.

Aplicou-se, ainda, questionário para 22 pessoas que tiveram algum tipo de contato com o *Projeto* nos últimos dois anos (2018 e 2019). Essas pessoas foram indicadas pelo próprio *Projeto* para participar da resposta ao questionário.

Como eixo metodológico principal da análise dos dados coletados, optou-se pela análise de conteúdo, definida como “um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos extremamente diversificados” (BARDIN, 1977, p. 9). Tal análise foi aplicada tanto aos discursos orais dos entrevistados como no material do questionário. A análise desses discursos foi utilizada para a estruturação da pesquisa. Em termos de confidencialidade, os questionários foram preenchidos de forma virtual pela plataforma do *Google Forms*.

7. ESTUDO DE CASO E ANÁLISE DE DADOS

Nesta etapa da pesquisa, foi analisado o resultado do questionário e das entrevistas realizadas no mês de outubro de 2020, com alguns dos beneficiários e participantes do *Projeto Seu Vizinho*. Como já foi dito, a dinâmica consistiu em duas entrevistas semiestruturadas com os fundadores do *Projeto* e o envio de 22 questionários, dos quais recebemos 16 respostas, um retorno de 72,72%, que é considerado significativo.

É importante salientar que este trabalho teve como propósito analisar o surgimento do *Projeto Seu Vizinho* e as suas ações associadas à Economia Criativa e a sua relação com a cultura, à captação de recursos e à geração de emprego e renda para os participantes. Este estudo de caso tem enfoque na importância da cultura e do empreendedorismo social na geração de emprego e renda em territórios vulneráveis. Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo que propõe, como objetivo geral, investigar a trajetória do *Projeto Seu Vizinho* como fomentador de emprego e renda em um território vulnerável – o Aglomerado da Serra.

Este estudo de caso tem como objetivos específicos investigar a trajetória do *Projeto Seu Vizinho*; investigar a geração de emprego e renda a partir das ações desenvolvidas pelo *Projeto*; analisar a relação do *Projeto Seu Vizinho* com os instrumentos de fomento cultural do Estado de Minas Gerais; analisar relações de poder e interesse entre o *Projeto* e o poder público, nas esferas do legislativo, executivo e judiciário.

As perguntas norteadoras para essa análise foram: Como se deu o desenvolvimento do *Projeto Seu Vizinho* na comunidade da Serra? Como aconteceu a inserção do *Projeto* no setor de Economia Criativa? Qual a sua contribuição para os beneficiários do *Projeto* como forma de geração de emprego e renda?

7.1. AGLOMERADO DA SERRA E A ECONOMIA CRIATIVA

O *Seu Vizinho* nasceu como um bloco de carnaval, se transformou em movimento cultural e, atualmente, converteu-se em uma Escola de Arte Livre e Periférica, que entrega vários produtos, como oficinas, comercialização de produtos, vendas de show, produtora cultural, festas e bloco de carnaval, como descrito anteriormente.

A partir de uma análise das respostas dos dois fundadores entrevistados para este trabalho, é possível compreender que o *Seu Vizinho* foi inserido na Economia Criativa pela ligação com as artes e com a manifestação popular do carnaval de Belo Horizonte. O Entrevistado 1 diz que:

A gente é uma escola de artes livre e periférica, ou seja, não é uma escola tradicional e foge da formalidade. É voltada para as artes, periférico porque vai atuar na periferia prioritariamente e principalmente.

...o Seu Vizinho é também uma produtora cultural, esse é o nosso chamariz. Mas é principalmente a ideia de inclusão e de fornecer acessos. A gente queria que as pessoas do Aglomerado da Serra entendessem que fazem parte de algo, e isso refletiu muito no nome. O nome “Seu Vizinho” pode ser interpretado de duas formas: o bloco é “seu, vizinho”, é seu, você faz parte, dando uma ideia de empoderamento, você pode cuidar disso também. Ou o bloco é seu vizinho, está aqui do seu lado, não uma coisa do asfalto, uma coisa que está do seu lado, pra você participar.

De acordo com o Entrevistado 2, há a reafirmação da trajetória do Projeto:

...inclusive um parêntese: antigamente, quando a gente fazia de tudo, a gente se chamava Movimento Seu Vizinho, antes não era Escola de Artes.

...a gente acredita que todo mundo é vizinho, não importa onde eu moro, então o que você faz na sua região interfere nas outras também, tanto positivamente como negativamente.

Ou seja, é a partir de uma confluência de fatores artísticos e sociais que nasce o *Seu Vizinho*. Bem como Cardoso (2016) afirma quanto à Economia Criativa, podem existir vários setores envolvidos no desenvolvimento, pela importância da geração de arte e cultura. Isso fica evidenciado ainda na publicação da revista Radar (2018) e na Firjan (2019), em que são encontradas várias conceituações para a Economia Criativa levando em conta a mesma relação artístico-cultural.

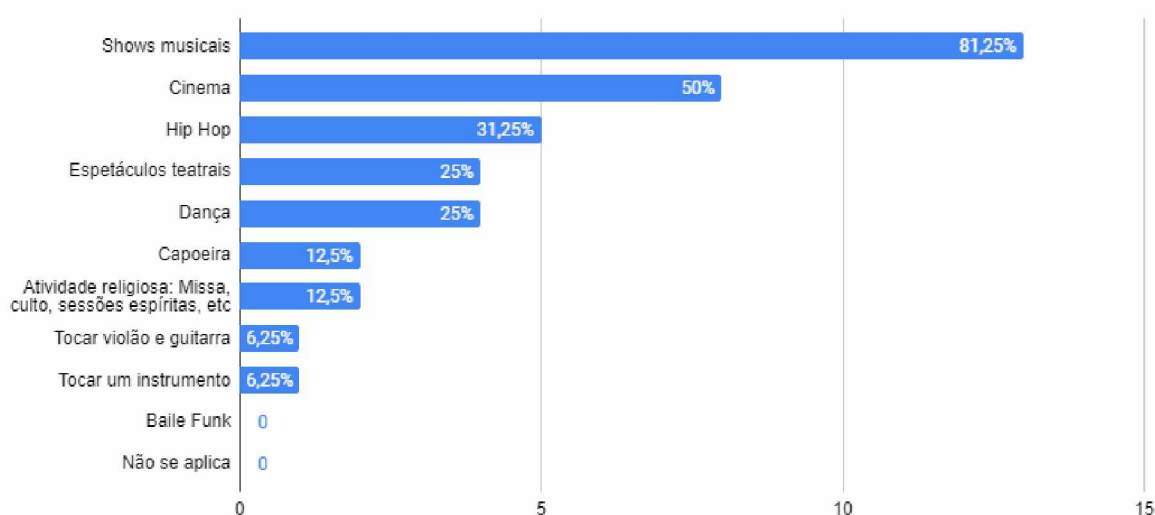
Na análise do diagnóstico, elaborado pelo Instituto Kairos (2019), destacam-se as oportunidades de desenvolver e empreender em vários segmentos dentro do Aglomerado da Serra. Os dois campos mais proeminentes ligados à Economia

Criativa são a cultura e a gastronomia, conforme descritos no Gráfico 8 (p.70), que trata dos principais potenciais de desenvolvimento para o Aglomerado da Serra.

Entre os 16 participantes da pesquisa, 81,25% têm preferência por shows musicais e 50% por cinema, reafirmando potenciais que podem ser explorados dentro do Aglomerado em relação à Economia Criativa e reforçando a presença das artes no território. (Gráfico 11).

Esse dado corrobora com uma observação já obtida pelo diagnóstico do Instituto Kairos (2019), e apresentada no Gráfico 5 (p. 68), onde o *Seu Vizinho* está posicionado como o movimento mais lembrado no setor cultural do Aglomerado, tendo em vista os vários movimentos ligados ao empreendedorismo local na região.

Gráfico 11: Preferências em atividades artístico-culturais



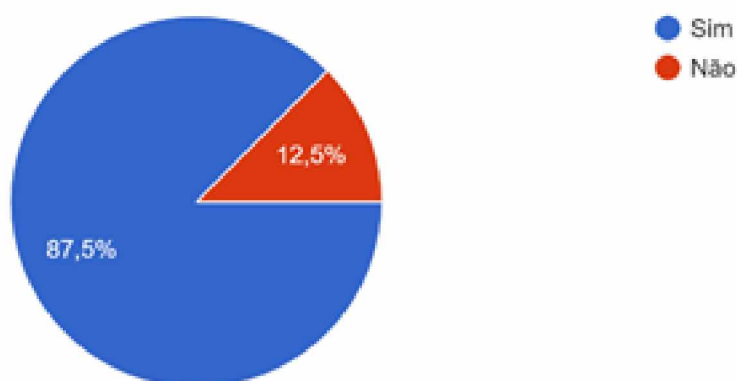
Fonte própria.

Pelas constantes atividades desenvolvidas no carnaval e em outras festividades do calendário tradicional, como a Festa Junina e o Dia das Crianças, o *Seu Vizinho* se destaca potencializando o comércio local e coloca o *Projeto* como inovador dentro do Aglomerado, colaborando com ações locais, gerando emprego e renda e movimentando o setor cultural da região.

Em relação ao questionário de pesquisa, foi observada uma relação de aderência dos participantes às oficinas e aos cursos patrocinados pelo *Seu Vizinho*, como demonstrado no decorrer da pesquisa, o forte caráter do *Projeto* no setor cultural bem como sua presença no setor social.

Podemos observar, no Gráfico 12, que 87,5% dos entrevistados afirmam ter tido algum contato com o *Seu Vizinho*. Esse contato pode ter ocorrido através do viés social ou cultural do *Projeto*. Esse dado é um espelho da preocupação dos fundadores com as oficinas, como dito em entrevista pelo Entrevistado 1: "...ao montar o bloco, montar uma oficina, a gente percebeu que era uma atenção muito maior. Além de trabalhar com as crianças nas artes, precisávamos ter um cuidado também com uma assistência social."

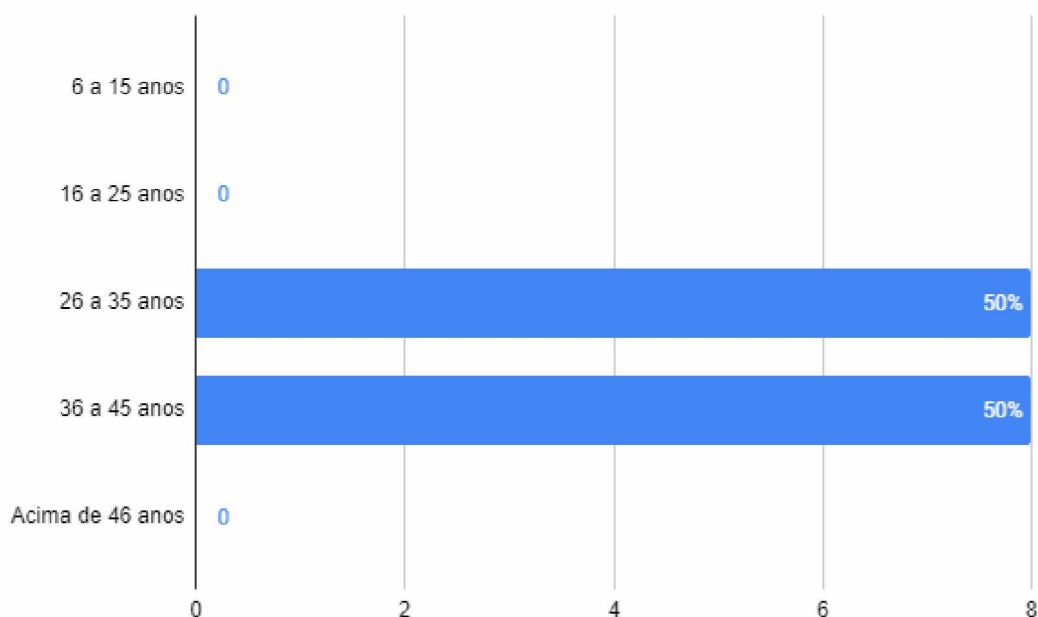
Gráfico 12: Participação em oficina ou curso patrocinado pelo *Seu Vizinho*



Fonte própria

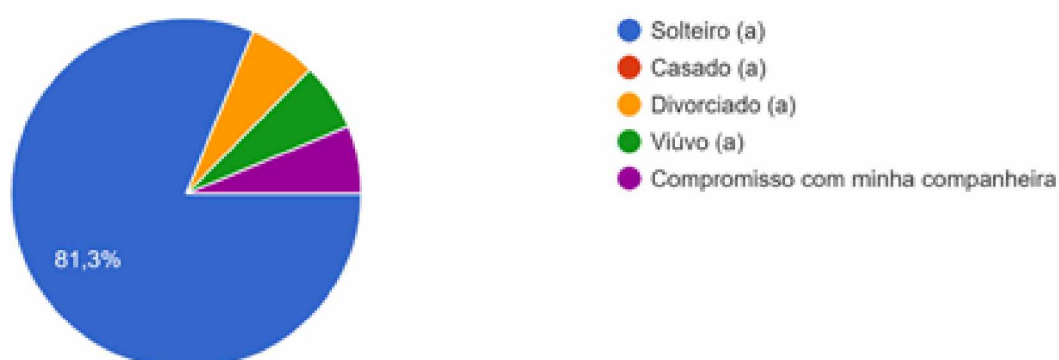
No que diz respeito ao perfil desses participantes, obtivemos alguns diagnósticos para analisar através das respostas do formulário.

50% dos entrevistados estão na faixa etária entre 26 a 35 anos e os outros 50% na faixa de 36 a 45 anos (Gráfico 13). Alguns fatores podem estar relacionados a essa observação de idade. Um desses fatores pode ser o próprio amadurecimento dos fundadores do *Seu Vizinho*, que mudaram as expectativas e formas de analisar o *Projeto*. Isso é exemplificado no estudo de Domingues (2019), que demonstra que há um progressivo amadurecimento tanto na idade como nas concepções, diretrizes e ideias da equipe que engloba o *Projeto*. Outra possibilidade, porém, é o acesso às tecnologias de comunicação atuais (que restringiu a amostra ouvida na pesquisa). Isto pode ter levado a uma sub-representação tanto das crianças quanto da população de terceira idade, públicos para os quais existe muita atividade.

Gráfico 13: Faixa etária dos entrevistados

Fonte própria

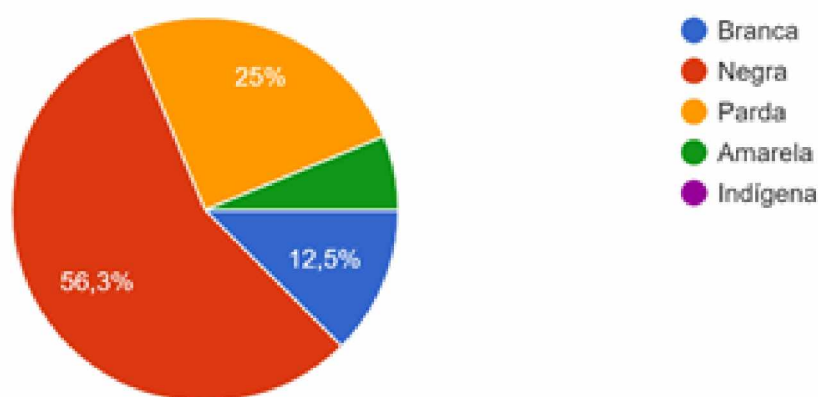
Quanto ao estado civil, 81,30% dos entrevistados se declararam solteiros, mas chama atenção a ausência total de respostas para o campo casado(a) (Gráfico 14). Isso pode ter acontecido devido à faixa etária de 26 a 44 anos, mas cabe uma reflexão pela não declaração de pessoas de forma oficializada pelos padrões da sociedade. Pode ser apenas uma coincidência, mas pode ser o início de uma correlação para outras pesquisas sociais, como a sociedade vem avançando em relação ao tema.

Gráfico 14: Estado civil dos entrevistados

Fonte própria

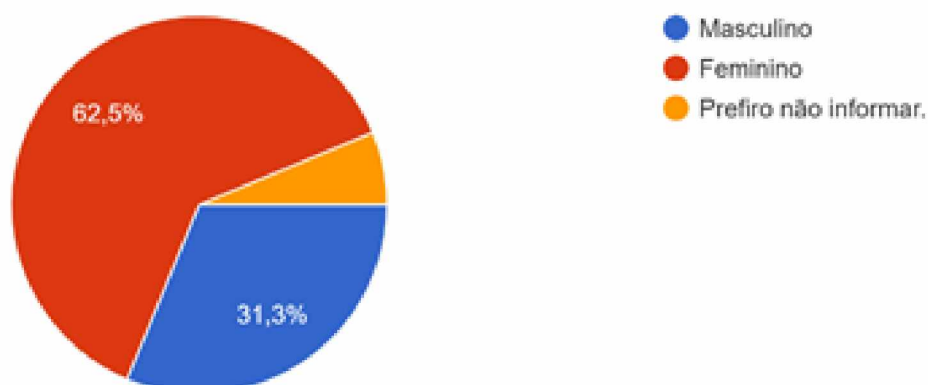
A raça ou cor dos entrevistados é um levantamento importante que tem consonância com o diagnóstico do Instituto Kairos, demonstrando a grande presença de negros e pardos no Aglomerado da Serra, sendo 56,30 % para um e 25,00% para a segunda opção. Trata-se de um reflexo da própria história no Aglomerado (gráf. 15).

Gráfico 15: Raça ou cor dos entrevistados



Fonte própria

Em relação ao sexo dos entrevistados, 62,50% das pessoas que responderam à pesquisa são compostas pelo sexo feminino (Gráfico 16). A participação das mulheres no *Seu Vizinho* chama atenção e pode ser um indicativo da forte presença feminina nos movimentos do Aglomerado da Serra e do próprio *Projeto*. O empoderamento dessas mulheres é fator importante para os princípios do *Seu Vizinho*, tanto é que inclusive foi tema do carnaval de 2019, em homenagem às mulheres da Serra.

Gráfico 16: Sexo dos entrevistados

Fonte própria

No tocante às necessidades especiais e à acessibilidade, elas não foram contempladas no diagnóstico apresentado pelo Instituto Kairos. Nesta pesquisa, porém, a totalidade dos entrevistados declarou não possuir nenhuma deficiência (seja física, visual, auditiva ou mental). Apesar das ações inclusivas do *Seu Vizinho*, é possível observar um leque de oportunidades para se aprofundar no tema e tratar os assuntos sobre portadores de necessidades especiais no Aglomerado em geral, repensando tanto a inserção desse público na Economia Criativa como nos movimentos do Aglomerado. Algumas deficiências leves, como visuais e auditivas, às vezes, demoram para serem percebidas em populações de baixo poder aquisitivo. O controle e a percepção de acessos e diagnósticos precoces remetem novamente ao desenvolvimento e às liberdades tratadas por Amartya Sen (2010) – quanto maior as liberdades, melhores são as opções de acesso.

7.1.1. SEU VIZINHO, O AGLOMERADO E A TECNOLOGIA

As tendências digitais e tecnológicas pertencem a um setor muito atuante da Economia Criativa, tanto como desenvolvimento de inovações para os setores envolvidos como o próprio segmento de tecnologia e jogos digitais. No entanto, o acesso a essas tecnologias em territórios vulneráveis ainda é um ponto delicado na evolução do setor.

Durante a pandemia da Covid-19, em 2020, a inclusão digital se fez urgente, incitando que as ações do *Seu Vizinho* se adaptassem para atender ao momento. Todas as atividades do *Projeto* eram presenciais. O Entrevistado 1 aponta como foi possível lidar inicialmente com essa mudança:

...começamos a pensar no que poderíamos fazer remotamente, mas remotamente tinha um problema, a limitação da internet. Nem todos têm acesso no Aglomerado e quem tem, pode ter um sinal muito fraco e instável. Então começamos a nos questionar, “ensinar online? Mas pra quem?” Percebemos que não faria sentido e começamos a procurar um jeito de manter o vínculo com as pessoas sem usar a internet. Decidimos ligar para os participantes, nos dividimos entre os arte educadores e as arte educadoras ligando para cada participante desde criança até idosas

São vários conceitos utilizados para definir a Economia Criativa, mas, segundo Howkins (2013), ela está no íntimo de um indivíduo. A ideia vai fluindo e amadurecendo até que apareça o desejo de compartilhar com outras pessoas. Quando a criatividade floresce, é necessário que ela seja aceita pelos demais, possibilitando grande progresso (ou seja, as novas ideias e os novos produtos e conceitos devem ser valorizados por quem os consumirá). Esse compartilhar é de difícil mensuração, mas pode trazer rentabilidade e impulsionar o potencial dos indivíduos para que eles tenham um crescimento diferenciado dentro da sociedade e de uma organização.

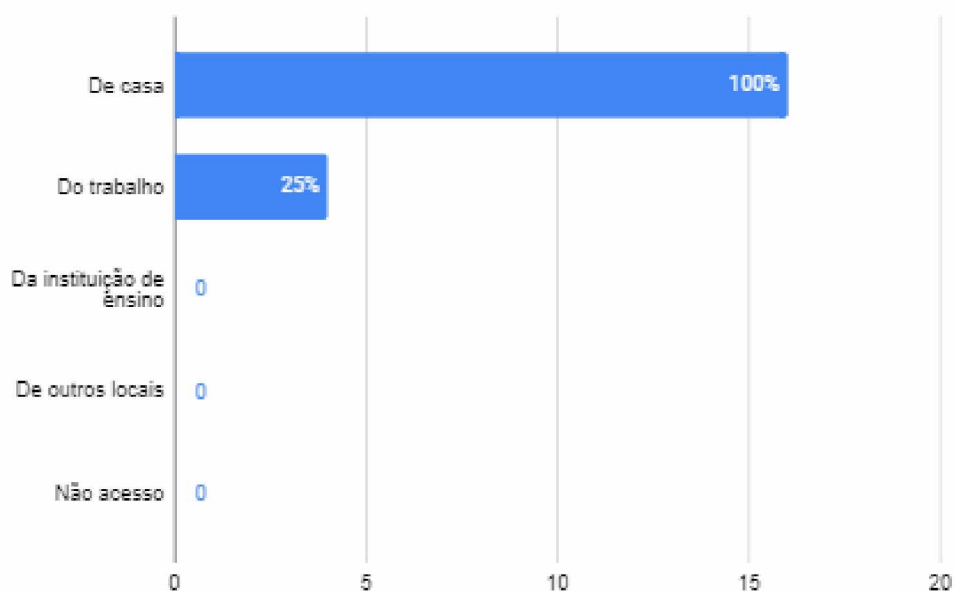
Como observado nesse contexto de pandemia, pensar soluções inovadoras para um problema é uma alternativa para explorar a Economia Criativa segundo o conceito de Howkins (2013), em que a ideia de Economia Criativa é unir o desenvolvimento da economia de maneira criativa, utilizando como matéria-prima o “capital intelectual” carregado por valores simbólicos. Portanto, é preciso que se tenha a inovação como fator diferencial. Por sua vez, essa inovação está não só carregada de significados e conteúdos simbólicos já existentes, como também é fruto da criatividade do inovador.

No entanto, o questionário dessa pesquisa foi direcionado aos participantes via WhatsApp, uma ferramenta tecnológica, e as respostas contradizem a relação com a tecnologia e a internet, levantada pelos fundadores em entrevista, uma vez que na resposta do questionário todos tinham acesso aos meios digitais.

Como podemos observar no Gráfico 17, 100% dos participantes que responderam ao questionário acessam a internet de casa. Porém, essa pergunta

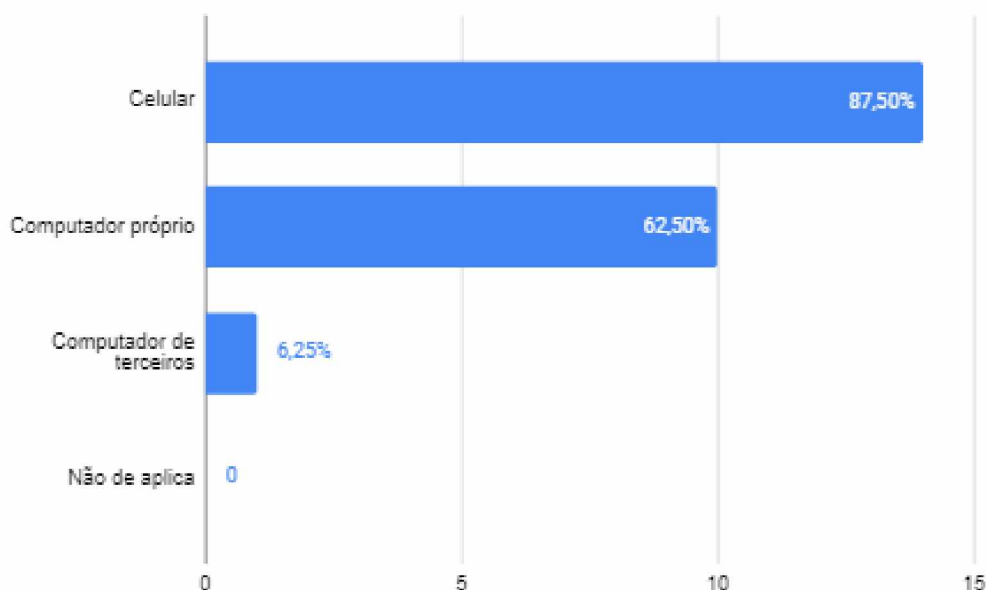
poderia obter uma configuração diferente de respostas em outro contexto, se não estivéssemos em um ano atípico de pandemia da Covid-19. Ou seja, deve-se olhar com cautela os resultados aqui apresentados, uma vez que nossa amostra tende a ser enviesada devido à impossibilidade, como já foi dito, de ouvir pessoas que não tivessem acesso à tecnologia.

Gráfico 17: Local onde acessa à internet com maior frequência



Fonte própria

A grande maioria dos participantes (87,5%) acessaram a internet através de aparelhos celulares (Gráfico 18). Essa tecnologia facilitou bastante os acessos, mas é necessário analisar as pessoas que não têm o mínimo acesso tecnológico por diversos fatores (e que, devido à pandemia, não conseguimos ouvi-los para esta pesquisa). Uma proporção alta (62,5%) dos entrevistados contavam com computador próprio em casa para acessar a internet.

Gráfico 18: Qual o principal meio de acesso à internet?

Fonte própria

Destacamos, ainda, que a maior parte dos organizadores e as pessoas que estão associadas ao *Projeto*, que trabalham de forma remunerada ou não, têm acesso às redes sociais. Esse fato pode ter alguma correlação com a faixa etária dos entrevistados, entre 25 a 45 anos, como observamos anteriormente.

A maior parte (87,5%) acessa a internet através de celular. Esse é um número expressivo para o Aglomerado, mas o dado precisaria de um suporte maior para entender a fonte dessas tecnologias, tema para outra pesquisa.

Para Bronzo (2017), as diferenças econômicas e de acesso dentro de um mesmo território são fatos para serem tratados e mapeados quando for desenvolver políticas focalizadas de renda. Para as políticas estruturantes de infraestrutura, não é necessário o mesmo recorte. As diferenças socioeconômicas no Aglomerado da Serra ficam evidenciadas em outros pontos da pesquisa, como nível de escolaridade e fala dos entrevistados. Por isso, é importante tratar o território além do espaço estanque geográfico.

A visão do território é muito mais ampla do que a delimitação espacial. Ela considera as vivências, as memórias afetivas, a vizinhança, os valores imensuráveis e as histórias de uma região, para assim defini-lo como vulnerável por suas

carências e ausências de políticas públicas (o espaço é construído a partir das relações sociais que se desenvolveram historicamente neste). Essa relação pode ainda estar relacionada à ausência histórica de políticas públicas, gerando truculência policial, ausência de saneamento básico e de oferta de serviços de educação e saúde e pelos baixos índices econômicos e do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Esses foram inclusive os fatores citados pelos entrevistados dessa pesquisa. Entrevistado 1:

Você chega a ver famílias muito pobres, pais, principalmente homens alcoólatras, com envolvimento com drogas, ou mães que acabam tendo que ceder seus filhos para acolhimento porque não dão conta, mas não são muitas, mas existe sim, existe essa questão e precisamos dar atenção. Inclusive foi um dos objetivos do *Seu Vizinho*

Podemos dizer, por exemplo, sobre os acessos ou espaços públicos nas periferias, as Praças, por exemplo a JK tem um espaço com água, as pessoas podem pisar, elas são bem cuidadas. Porque as nossas praças dentro das periferias não são cuidadas? Isso para essas coisas do acesso, buscar o lazer dentro da comunidade, são coisas que a gente não vê como prioridade na periferia, mas se descer o morro, você chega no asfalto e você vê isso tudo? Quase que uma ostentação praticamente, né? Então isso é “poxa, queria ter isso”. Esse acesso é negado, todos esses benefícios.

Entrevistado 2:

A violência, acho que também é um monte de coisa, a forma que a polícia entra lá dentro também é violenta e não é causada simplesmente pelo tráfico ou por uma festa lá dentro. A polícia sobe lá, passa com carro a 100 numa rua que só cabe um carro.

...minha mãe, Dona Ana, uma mulher preta, guerreira, professora, uma das primeiras no Aglomerado da Serra, e aí ela quis trazer esses vários acessos pra gente pra entender que esse é um território de vulnerabilidades e porque.

A visão dos dois entrevistados corrobora com Domingues (2019 *apud* PORTO-GONÇALVES, 2012), em que o autor apresenta o *Seu Vizinho* numa perspectiva de um coletivo que tem um olhar de apropriação para o território, ressignificando o lugar como um espaço também de arte e cultura e não apenas na imagem projetada na mídia.

Segundo Bronzo (2007), a importância de espaços públicos, como praças públicas, citada pelo Entrevistado 1, está refletida no conceito da importância de infraestruturas sociais, que são fundamentais para o desenvolvimento da saúde social de um território – não abandonando toda a infraestrutura e políticas que devem vir acompanhando a infraestrutura social.

É necessário entender a realidade do espaço de vulnerabilidade gerado pelas ausências existentes naquele território. Nesse caso, o desenvolvimento pode ser associado às liberdades propostas por Amartya Sen (2010). Dessa forma, o *Seu Vizinho* trabalha com o direito de lançar um olhar diferente para o território e ocupar outros espaços, mas também de transformar o espaço onde tem raízes, lutando pelo respeito e não pela deslegitimação.

O território pode ser vulnerável, mas isso não significa que todas as famílias são pobres, muito menos que vulnerável é só não ter renda. Esse ponto também é abordado por Sen (2010), que argumenta ainda que o desenvolvimento está ligado a uma série de fatores e não apenas à renda. Mesmo com muita renda, o habitante de um território vulnerável não pode pagar por serviços públicos essenciais, uma vez que estes não estão presentes lá. Ou seja, não estão disponíveis para escolha e consumo dos seus habitantes (independentemente da renda que estes possuam), o que indicaria o pouco desenvolvimento do território.

O Entrevistado 1 concorda com essa afirmativa ao dizer:

...é vulnerável? Assim, depende das regiões, das famílias; tem muitas famílias ricas lá dentro, financeiramente falando, tem grana, mas quer estar no morro porque gosta do ambiente, né...Saudável, que faz bem. Não podemos generalizar totalmente essa questão de vulnerabilidade.

Reconhecer os diferentes territórios e ver que se delimitam e se completam é um ponto-chave nesse processo de estudo. Precisamos compreender que existem diferenças gigantescas apresentadas nos indicadores sociais, principalmente IDH, mas que as políticas públicas para o território são sentidas independentes da renda. O olhar para o território como espaço de vivência fica demonstrado na fala do Entrevistado 2: “Priorizar quem é do morro é o nosso olhar, mas misturar o asfalto e o morro é necessário. Porque eu vivi isso, né? Então é necessário subir o morro para conhecer, viver, tocar, sentir o cheiro, sentar no meio-fio.”

Para Vignoli (2001), as vulnerabilidades estão relacionadas à falta de acessos, às oportunidades de inserção no mercado e também à ausência do Estado ou da divisão da sociedade, demonstrando um conjunto de atributos para aproveitar as oportunidades oferecidas por uma sociedade ou ter direito aos próprios direitos sociais preservados.

7.2. SEU VIZINHO EM RELAÇÃO A FINANCIAMENTO E FOMENTO

O *Seu Vizinho* utiliza, como forma de financiamento para suas atividades, shows, vendas de produtos e a linha de financiamento público, como abordaremos a seguir.

7.2.1. FINANCIAMENTO

O *Projeto Seu Vizinho* iniciou suas atividades em 2015, com recursos próprios dos fundadores, uma característica comum de empreendedorismo social. Segundo Towse (2013), isto acontece geralmente porque o grupo tem um propósito social e quer empreender independentemente do capital. O capital próprio permite iniciar o projeto relacionado ao propósito social e individual daquele grupo. Um dos fundadores entrevistados (Entrevistado 2) diz um pouco a respeito:

Quando a gente criou o “Seu Vizinho”, a gente botava tudo do nosso bolso, né? Como eu trabalhava na engenharia, Diego também trabalhava na engenharia, a gente investia muito do nosso bolso no lanche, na compra de instrumento, na gasolina de levar o “Seu Vizinho”. Trabalhava como oficinheiro voluntariamente. Só que aí ficava puxado, mas também nós não tínhamos noção de edital. Então a gente participou do DESCENTRO de 2015.

...a gente tinha um projeto aprovado na Lei Municipal de Incentivo à Cultura, que foi interrompido em março. Então a gente tem uma oficina online de dança...

Em relação ao financiamento público, como já foi visto, o *Seu vizinho* teve sucesso em editais municipais relacionados à lei de Incentivo à Cultura e da empresa pública Belotur, como explica o Entrevistado 1:

...nós não tínhamos noção de edital. Então a gente participou do DESCENTRA de 2015 e a gente passou, e aí isso bancou o lanche das oficinas todas de 2016. Então a gente falou “Vamos conseguir se a gente tentar”, então passamos a nos dedicar a participar dos editais públicos principalmente.

...passamos na Lei Municipal de Incentivo à Cultura 2017/2018 e 2018/2019 também. Então esses foram os três principais editais públicos que nós passamos. Já no edital de 2017/2018, ele chama Formação Cultural do Movimento Seu Vizinho.

...Então, em 2017, quando a gente passou, passamos com esse nome: Movimento Seu Vizinho. E em 2018/2019, o projeto aprovado se chama Festival Vizinhança, que a gente fez em 2016, e a gente quer fazer a segunda edição agora.

...também tivemos os editais públicos, através da Belotur pro carnaval. Desde o primeiro, em 2017, nós passamos em todos, 2017, 2018, 2019 e 2020. Vale ressaltar que em 2019 e 2020 a gente passou em primeiro lugar de todos os blocos de BH.

O Entrevistado 2 completa essa análise, dando uma dimensão dos sucessos e insucessos em editais:

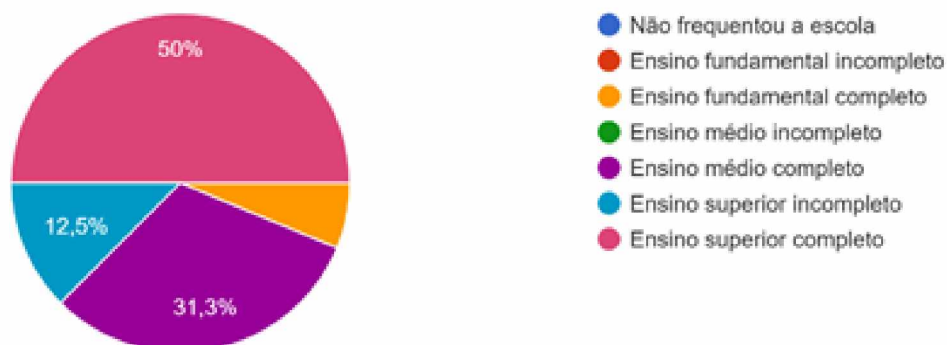
O “PV” tem muita manha de escrever, muito inteligente, ele sempre trouxe a perspectiva, tipo assim, vamos fazer para sermos os primeiros. Então escrevemos documentos muito bons e dedicamos horas, viramos noites escrevendo editais.

...Tentamos também o DESCENTRA 2017/2018 e não conseguimos, não passamos. Segundo o parecer, eles disseram que já estamos muito bem estruturados, somos muito grandes e que o foco deles é para os pequenos. Mas enfim, não passamos! Tentamos também o Cena Plural, que também é público, está dentro do fundo municipal e a gente não passou também em 2018.

Observamos um grande sucesso nos editais municipais, que foi relatado também por Domingues (2019). O tipo de financiamento é questão de subsistência para coletivos e movimentos sociais. Porém, é possível notar uma ausência de editais estaduais como fomentadoras da política pública de territórios vulneráveis. Esse fato fica evidenciado no trabalho de Moreira (2018), que trata das formas de captação mais usadas no setor cultural, dentre elas a Lei Estadual 22944 (Lei do Mecenato) e a dificuldade de acessos à devida lei para grupos pequenos ou com políticas sociais. Outro ponto relevante é a alta escolaridade dos fundadores do movimento. Esse fato permitiu a eles redigir projetos de qualidade que foram aprovados. Talvez isso não houvesse ocorrido caso a escolaridade deles fosse mais baixa. Ou seja, faz-se necessário também adequar os editais para que esta barreira seja transposta (permitindo a um grupo maior da população participar disto).

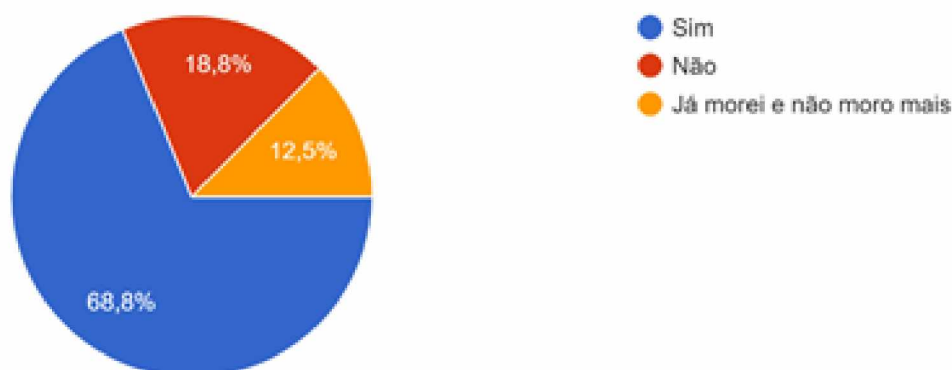
Uma das saídas propostas para a Secretaria de Cultura e Turismo de Minas Gerais é uma política de desmembramento, cujo intuito é capacitar os municípios para a realização da política cultural através de editais menores que podem distribuir os recursos, afinal, os editais do governo estadual acabam privilegiando as maiores empresas e os captadores da região metropolitana do estado de Minas Gerais.

Um fator que pode explicar o sucesso nas captações dos editais municipais para o *Seu Vizinho* foi mencionado pelo Entrevistado 2 e coincidentemente observado no Gráfico 19.

Gráfico 19: Grau de Escolaridade

Fonte própria.

O nível de escolaridade dos participantes da pesquisa com a formação de ensino superior completo e incompleto perfaz um total de 62,5%, sendo 50% completo e 12,5% incompleto. Constatamos que 93,8% dos participantes concluíram o ensino médio. Esses números são destoantes dos apresentados no diagnóstico do Instituto Kairos (2019) para o Aglomerado da Serra. No questionário aplicado, apesar desta alta escolaridade média, quase 70% dos respondentes moravam no aglomerado (Gráfico 20).

Gráfico 20: Percentual de residentes no Aglomerado da Serra dos usuários do Seu Vizinho

Fonte própria

O fato de morar ou já ter morado no Aglomerado da Serra é importante para esse estudo, pois propicia um panorama da participação nas atividades do *Seu Vizinho*, juntamente às questões do próprio nível de escolaridade. Dessa forma, a maior parte das pessoas que responderam ao questionário (81,3%) mora ou morou no Aglomerado, sendo que 68,80% moram atualmente e 18,80% já moraram.

Observamos, a partir disso, que apesar de existir um percentual de pessoas que não moram no Aglomerado, elas ainda têm alguma relação de participação com o *Seu Vizinho*. E o Projeto, conforme apresentado também no diagnóstico do Instituto Kairos (2019), possui um grande reconhecimento por parte da comunidade pelas ações desenvolvidas.

Podemos levar em conta, como um diferencial, que os seis fundadores do *Projeto Seu Vizinho* têm ensino superior, fato também descrito em Domingues (2019). Quando analisamos o levantamento do nível de escolaridade do setor cultural apresentado nos relatórios da Firjan (2014) e por Bastos (2016), ele pode ser considerado divergente nos movimentos sociais em geral. Nas características de composição desses movimentos, as pesquisas apontam uma concentração no ensino médio e o fator escolaridade pode indicar o sucesso na administração, gestão e coordenação do próprio *Seu Vizinho*.

O olhar dos integrantes do *Projeto Seu Vizinho* para auxiliar na efetivação da pesquisa em questão – o momento adverso da pandemia de Coronavírus, com essa imposição de distanciamento social – é uma forma de valorização da equipe para o processo de formação educacional. A equipe do projeto entendeu e procurou auxiliar a execução e a facilitação desse trabalho, e é importante ressaltar esse fato, pois houve uma dificuldade em conseguir contato com outro movimento do Aglomerado para participação na pesquisa.

Em entrevista, os fundadores colocam como um privilégio o ato de estudar em detrimento a outras pessoas do Aglomerado que não tiveram as mesmas oportunidades. De acordo com o Entrevistado 1:

...é um privilégio, porque a gente conseguiu chegar até a faculdade e isso auxilia na hora de escrever, nesse olhar, que nos faz ter muito conhecimento e acessos, o que ajudou a gente a pegar um documento e interpretar. A própria Fundação nos ajudou, a aprender com vários cursos, a fazer a elaboração de projetos, ter uma técnica de escrita, saber responder às perguntas objetivamente, que isso é um fator muito diferencial e um privilégio.

Porque esses editais excluem muitos artistas do Aglomerado da Serra que não tiveram ainda as oportunidades de acesso para saber escrever bem. Se você pegar um estudo com o índice, você vai perceber que o Aglomerado da Serra tem um índice muito baixo de aprovação ainda.

Esse processo de escolaridade pode ser considerado um facilitador para a captação de editais de fomento cultural, fortalecendo a ideia de desenvolvimento e as liberdades propostas por Amartya Sen (2010), em que o desenvolvimento de uma liberdade – nesse caso, o nível de escolaridade – tem influência no desenvolvimento econômico – a liberdade econômica.

Como apontado por Moreira (2018), o baixo nível de escolaridade é um grande inibidor na participação de editais. Os beneficiários desses grupos, em sua maioria, são indivíduos de grupos cujo acesso à educação foi maior, recebendo assim uma quantidade relevante de recursos e ressaltando a problemática de que, tanto na cultura quanto nos esportes, a elaboração de um projeto é barreira à participação nos editais das camadas mais populares.

Deter o conhecimento é um fator crucial para o sucesso nos editais, afinal, o conhecimento facilita o acesso às políticas públicas, auxiliando no sucesso e insucesso em chamamentos público-municipais, e o resultado positivo nesse quesito ajuda na fluidez de outros processos. No caso do *Seu Vizinho*, já existe entre os fundadores uma vontade de ajudar outros movimentos ou coletivos no processo do preenchimento burocrático dos papéis para participação de editais, conforme atestou o Entrevistado 1.

Dessa forma, voltamos aos pontos tratados da política cultural. O capital para um projeto pode ser proveniente do incentivo de um edital de captação, mas a manutenção do dia a dia não pode ser somente à dependência de editais de fomento. Os movimentos ou coletivos precisam da continuidade da ação e não do julgamento de um prêmio pontual conforme tratado nos editais de fomento à cultura, ou seja, essas outras formas de captação de recursos são extremamente importantes.

7.2.2. FINANCIAMENTO COLETIVO E FINANCIAMENTO DE EMPRESAS

Os financiamentos coletivos garantem o pagamento de algumas contas fixas do *Projeto Seu Vizinho*, como retratado por Domingues (2019). Porém, o financiamento de empresas privadas está condicionado à lei do Mecenato, conforme

Moreira (2018), ou Leis de Incentivo à Cultura, desdobramento da Lei Rouanet, em que as empresas adotam quesitos de visibilidade para impactar seus produtos ou sua filosofia. Mesmo se tratando de ação social, a empresa pode procurar visibilidade. Podemos observar na fala do Entrevistado 1 que existem algumas dificuldades em relação a essa forma de captação.

O mecanismo, a gente não passa muito em editais privados ainda. Porque o financiamento coletivo a gente tem, mas os privados têm muitas dificuldades. Infelizmente, eu acho que esse financiamento privado, ele é muito ligado a quantas pessoas vêm o “Seu Vizinho”, né? Tem muito a ver com a mídia. Por exemplo, apesar de o Seu Vizinho arrastar muita gente no carnaval, não temos grandes indicadores, não temos muitos seguidores no Instagram e no Facebook. Então a gente não conseguiu passar muito edital privado, nem patrocínio privado direto. É muito raro de conseguir.

Ou como atesta o Entrevistado 2, em relação a parcerias e financiamento coletivo:

Como é esse patrocínio? Porque também tem empresas responsáveis, por exemplo, a ‘Manut’, uma empresa de energia renovável aqui de BH que já fez ações pontuais para ajudar na compra de instrumentos e no pagamento de oficinairos. Então olhamos pra ver se condiz a ideia da empresa com o que a gente quer pro Seu Vizinho.

...Sobre o financiamento coletivo, a gente tem um aberto que tem sido nosso carro-chefe, principalmente durante a pandemia, que é através da “Evoé”, uma plataforma de financiamento coletivo. A gente tem uma campanha lá de R\$ 5.000,00 mensais, que são as nossas despesas atuais.

No caso da empresa citada pelo Entrevistado 2, não se trata de ações em parceria com políticas públicas nesse caso específico. São apenas ações vinculadas ao caixa próprio da empresa em questão.

7.3. SEU VIZINHO E O EMPREENDEDORISMO

A iniciativa empreendedora de criar o *Seu Vizinho* nasceu com dois amigos que tiveram a ideia de criar um bloco. Então, compartilharam a ideia com mais quatro pessoas e, assim, obtiveram sucesso. Dessa forma, o bloco se desdobrou em ações sociais e, em 2018, com um foco mais específico, se tornou uma Escola de Arte livre e Periférica – *Seu Vizinho* –, com vários produtos no setor cultural, entre eles o bloco de carnaval *Seu Vizinho*. Conforme atesta o Entrevistado 2:

... a gente percebeu que poderia criar uma rede muito maior e então a gente foi se estruturando para ser um projeto social maior. Aí nós fomos interagindo com o CRAS, com centros de saúde e fomos fazendo de tudo. Até que chegou uma hora que a gente não estava dando conta, de 2017 para 2018. Tivemos algumas consultorias também que nos ajudaram a voltar e entender o nosso foco...

7.3.1. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Quando se trata de empreendedorismo social, praticamente todas as ações do *Seu Vizinho* acabam sendo voltadas para a comunidade e o âmbito social da região, como o Entrevistado 1 ressalta:

...a gente tá alinhando isso com os oficinairos, para que a gente possa se preparar dentro das temáticas e temas. Estamos nos preparando para que em 2021 tenhamos um plano pedagógico bem estruturado. O nosso eixo sócio assistencial, de cuidado também, estamos estruturando, fazendo formação e fazendo assessoria de comunicação.

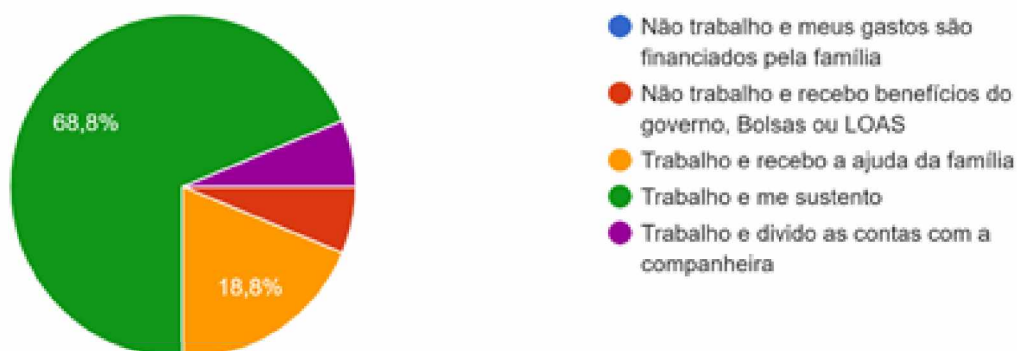
... a gente pensa que ao estar ali, compartilhando conhecimentos com jovens, fazendo aquela troca, por exemplo, na aula de violão, é muito mais que fazer um acorde, a gente tenta discutir sobre racismo, sobre identidade, sobre política, então a gente fala que é arte, cultura e educação. Por que além da educação musical, a gente busca também a educação cidadã, política e a troca de ideias.

Conforme atesta a UNCTAD (2012), empreendedor é aquele que identifica oportunidades no mercado, aloca recursos e adiciona valor. O empreendedorismo implica na capacidade e na vontade de empreender a concepção, organização e gestão de uma nova empresa produtiva, aceitando todos os riscos que ela acarreta e buscando benefícios e lucros como recompensa. Esse lucro, que na iniciativa privada pode estar associado ao retorno financeiro, nas ações sociais está focado na criação de valor social e desenvolvimento humano gerado.

7.3.2. GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

Em relação à geração de renda, podemos observar que o *Seu Vizinho* gera emprego e renda de forma direta e indireta, conforme dados do questionário e da própria entrevista. No Gráfico 21, há uma relação sobre qual é a forma de subsistência dos entrevistados.

Gráfico 21: Situação que melhor descreve o caso de cada participante em relação a proventos de renda



Fonte própria

A maior parte (68,8%) das pessoas trabalham e se sustentam. Em seguida, 18,8% das pessoas, mesmo trabalhando, precisam de ajuda da família. Esse dado se torna compreensível levando em consideração a faixa etária dos participantes das entrevistas, como podemos notar no Gráfico 13 pág. 109.

O Gráfico 22 apresenta que a maior parte dos entrevistados teve alguma relação de trabalho com o *Seu Vizinho* (81,20%), e 18,8% não, esse dado corrobora ainda com os argumentos apresentados pelos entrevistados.

Gráfico 22: Vínculo de trabalho com o Seu Vizinho por parte dos participantes



Fonte própria.

De acordo com as entrevistas, ficam evidenciadas as relações de trabalho existentes de forma também indireta, como aponta o Entrevistado 1:

A Belotur, no último carnaval procurou “Seu Vizinho” para poder ajudar, apoiar na produção de um palco de carnaval dentro do Aglomerado. Trazendo artistas de fora do Aglomerado e de dentro também. A gente tem o Marcos na equipe, ele trabalha de forma pontual, mas ele é remunerado mensalmente.

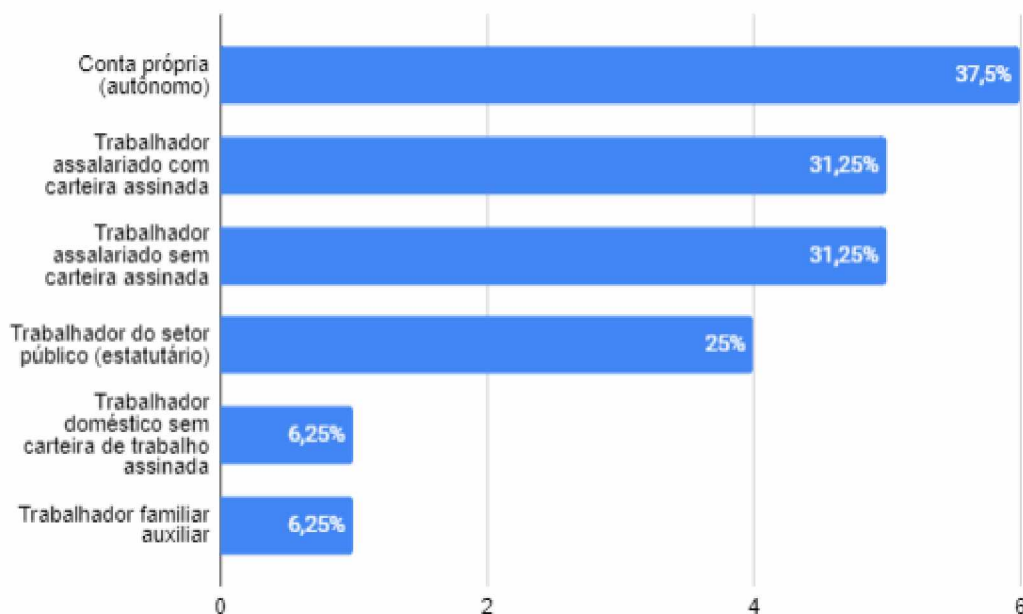
Na realidade, hoje não temos muitas pessoas diretamente remuneradas, mas não são trabalhadores enquadrados em uma profissão específicas. São ajudas de custo que a gente oferece e são ao todo cerca de 10 pessoas, principalmente as que atuam na gestão.

Para o Entrevistado 2, há uma dificuldade em manter as relações laborais no ano de 2020 em função da pandemia:

O ano passado eram mais pessoas, mas, infelizmente, esse ano, com a pandemia, nós tivemos que reduzir vários custos e foi muito difícil pra gente, por ser do Aglomerado e ter que desligar. Mas tentamos apoiar o máximo possível, pagar, ainda que sem a formalização, o 13º, férias e etc.

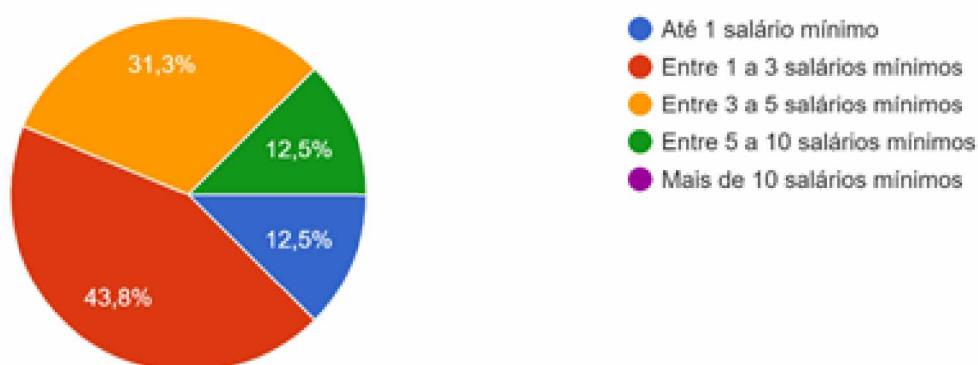
Indiretamente a gente também busca muito, porque ao fazer um evento, por exemplo, de ensaio de carnaval, nós convidamos um bar próximo ao local para vender churrasquinho, entendeu? Alimento, comida e bebida e gera um emprego indireto. Festa junina também, a gente faz a festa e as barraquinhas são de moradores de comidas e bebidas. Na produção dos produtos da grife, nós temos uma costureira e um designer que pontualmente ajuda a gente, mas assim, ao procurar um profissional, um terceiro, a gente, primeiro procura dentro do Aglomerado da Serra, de contador até desentupidor de vaso.

Em relação ao tipo de ocupação dos participantes da pesquisa, observamos que eles têm mais de uma atividade, um fato comum no setor cultural – 37,5% trabalham por conta própria como autônomos e 62,5% são trabalhadores assalariados com carteira assinada ou não, enquanto 25% trabalham no setor público (gráf. 23).

Gráfico 23: Qual a ocupação profissional dos entrevistados?

Fonte própria.

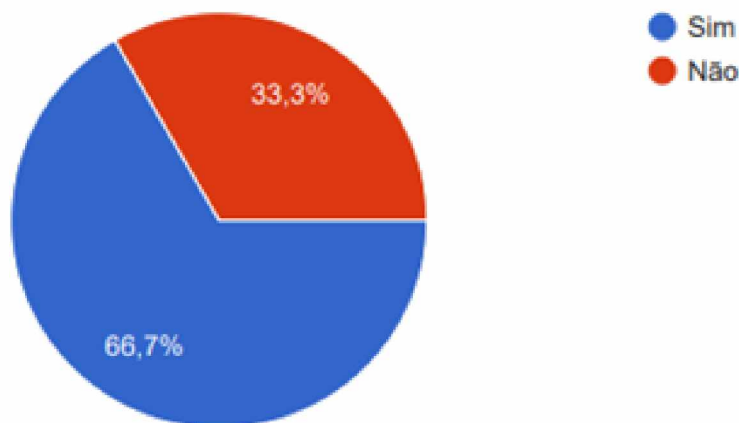
Segundo a pesquisa, 75,1% das famílias dos entrevistados têm renda de um a cinco salários mínimos como renda (gráf. 24). Esse montante representa uma renda que se comparando com outras variáveis permite acesso para as opções de liberdades de escolhas, segundo postulado por Sen (2010).

Gráfico 24: Renda total familiar dos participantes

Fonte própria.

A maior parte dos entrevistados teve algum tipo de relação com o *Seu Vizinho*, sendo um total de 66,7% que desenvolveram alguma ação como oficinairos ou responsável e corresponsável por desenvolver alguma ação com o projeto (gráf. 25).

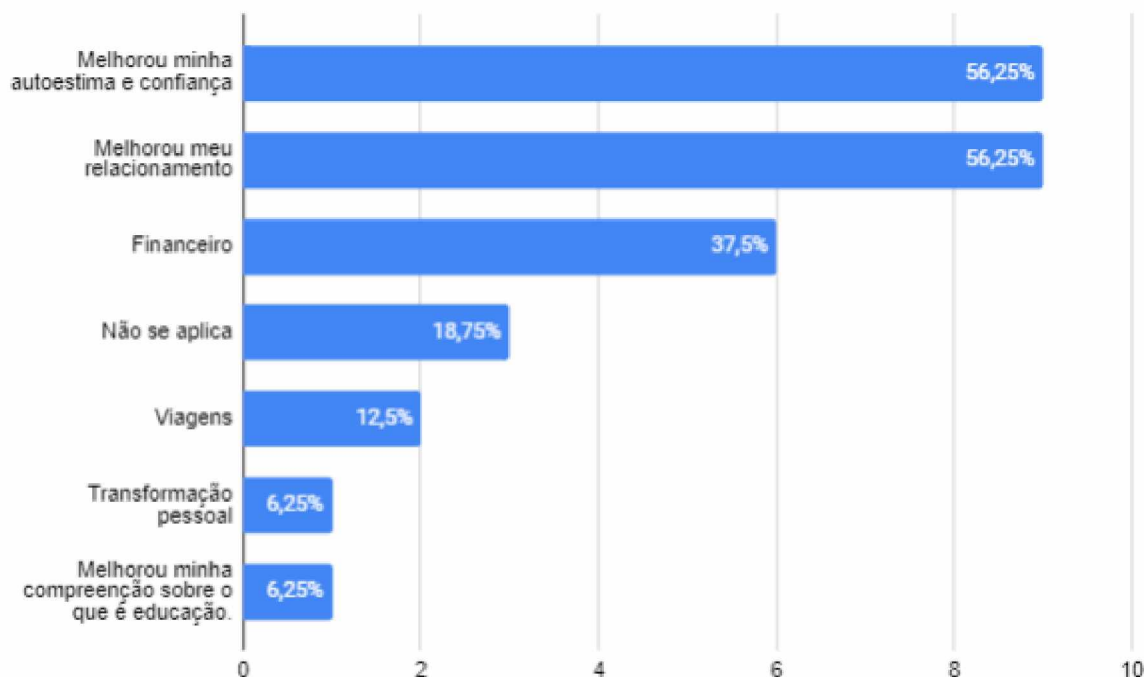
Gráfico 25: Experiências dos participantes com *Seu Vizinho*



Fonte própria.

Em relação aos benefícios gerados pelas oficinas, para 37,5%, participar do *Projeto* melhorou o financeiro; 56,25% acreditam que participar melhorou a autoestima e confiança; para 56,25% melhorou o relacionamento com outras pessoas; e ainda houve 12,5% que responderam viagens como um benefício na participação do *Seu Vizinho*. Isso comprova que, para além da renda, o *Projeto* tem como objetivo gerar experiências e desenvolver o potencial humano (gráf. 26).

Gráfico 26: Benefícios gerados para os participantes pelas ações do *Seu Vizinho*



Fonte própria

7.4. EMPODERAMENTO

As ações do *Seu vizinho* também geram conscientização e formas de esclarecer populações como mulheres, negros e minorias em relação aos seus direitos (grande parcela dos participantes do projeto, segundo os gráficos 15 e 16 págs. 110 - 111). O Entrevistado 1 comenta:

...ninguém vai empoderar ninguém, mas tentamos entender que é um processo interno, mas que podemos participar desse processo de empoderamento individual. Que pode acontecer a partir de perspectivas externas também. É isso, a gente acha que participa desse processo sim, quando uma jovem preta periférica que está cantando pra 15 mil pessoas. E isso reflete também em nós e nas pessoas que estão participando lá.

O total de 81,30% declarados como pardo ou negro (gráf.18 pág. 113) é um fator que demonstra também a relevância do *Projeto Seu Vizinho* ao abordar temas urgentes como empoderamento da raça negra e a busca de divulgação das formas de racismo, principalmente o racismo estrutural.

E a luta das mulheres no Aglomerado da Serra é para Guimarães (2019), crucial no processo de consolidação desse território. Sen (2010) também trata da

relevância da atenção às apropriações das mulheres no desenvolvimento social e econômico, tendo em vista o alto percentual de mulheres ativas nessa região e participantes do *Projeto Seu Vizinho* (62,50% gráf. 16 pág. 110)

Importante salientar que para além da discriminação entre os territórios, o *Seu Vizinho* funciona como uma ponte para contatos agregadores, como diz o Entrevistado 2:

...Existe um distanciamento entre o morro e asfalto e um dos grandes protagonistas do preconceito criado entre o asfalto e o morro é a mídia. Então a gente do asfalto passa a entender a favela, principalmente através da mídia, que é o contato que a gente tem. E a gente não conversa com a favela, né? Praticamente a maioria das pessoas não conversa, então a gente tinha um contato pouco, mas como “Seu Vizinho” eu realmente tive uma interação muito grande e um papel muito importante, entendendo que é muito diferente do que a mídia mostra...

Através da família do amigo e do Bloco *Seu Vizinho* foi possível vislumbrar a riqueza da favela, segundo ainda o Entrevistado 2:

...eu realmente tive uma interação muito grande e um papel muito importante. De eu poder mudar o que eu tinha de preconceito com a favela, com a concepção de vida, na concepção de mudança de mundo de tudo. E vi a grandeza que existe na favela...

O Entrevistado 2 retoma ainda um ponto importante, os preconceitos sentidos em relação aos territórios. “Outro dia, por exemplo, a gente conversando, percebemos muitos, muitos mesmo, pontos negativos que crescemos ouvindo, de que favelada é coisa ruim. E agora mais velhos, queremos desconstruir isso.”

O Entrevistado 1 pondera e salienta a importância da valorização e da autoestima:

...quando uma coisa está fora de um padrão de beleza que foi imposto. Aí ele fala “nossa que tá favelado.” Mas a gente precisa falar, quando é uma coisa muito doida, falar “nossa tá favelado”. Então isso me transformou muito. Eu não sinto o que eu sentia de falar favela, é bonito sabe... uma palavra bonita! Minha relação com o Aglomerado e com “Seu Vizinho” gerou uma transformação muito grande.

Para Valiati Moller (2016), a inovação para a Economia Criativa não é analisada apenas do ponto de vista da criação ou da novidade, mas também de ressignificação e requalificação de produtos e lugares ou serviços já existentes, inclusive de valorização e empoderamento de populações.

7.5. SEU VIZINHO E AS PARCERIAS ESTABELECIDAS

O Bloco *Seu Vizinho* desenvolve várias ações de forma colaborativa com movimentos no Aglomerado, como aponta o Entrevistado 1:

...também é um mecanismo público, né? A gente tem o Centro Cultural Vila Marçola, da prefeitura, um parceiraço do “Seu Vizinho”! Ele foi uma peça fundamental no nosso início, pelo espaço cedido pra gente poder usar nos ensaios, nas oficinas até o ano passado. (ano passado se refere a 2019)

...a gente busca não ter conflito. É uma estratégia nossa, um valor de compartilhar, para que não haja mesmo esses conflitos para estar sempre em harmonia e estar em rede. Por exemplo, a festa junina é muito disso. “Seu Vizinho” 2016/2017 decidiu fazer a festa junina e tinha um grupo de produção cultural, o RDA Produções.

Essas ações são reafirmadas pelo Entrevistado 2:

...mas como são muitos grupos culturais na Serra, a forma que cada um lida com isso pode ser diferente. Por exemplo, vai no informativo agora um outro projeto da Serra além do nosso. Às vezes a gente poderia estar falando só do nosso, mas a gente viu que seria interessante colocar outros, para quando um for procurado no Google, encontrar o outro também e dar visibilidade pro máximo de projetos possível. Colocamos no informativo, nos posts do instagram, com a intenção de dialogar pra que o retorno venha pra comunidade e pra periferia.

... Queremos reunir artistas do Aglomerado da Serra e alguns do asfalto para ter a troca também e fazer um evento grande, um balcão com estrutura que é feita como na esplanada do Mineirão, igual acontece na Praça JK, acontece na Savassi, bem grande mesmo! A gente fez em 2016, como a gente costuma falar “na tora produções”, na rua mesmo, sem palco, duas caixas de som e reunindo mais 60 artistas do Aglomerado Serra.

Durante a pandemia, o Bloco *Seu Vizinho* teve que se reinventar e várias parcerias foram firmadas para o enfrentamento e apoio à comunidade em um período pandêmico. Segundo o Entrevistado 1:

...tivemos que nos reinventar. No momento de início da pandemia o *Seu Vizinho* se viu como ferramenta para poder apoiar as famílias. Um grupo de moradores e ativistas, artistas e líderes comunitários se uniram para poder criar uma campanha chamada Serrão sem Corona. Para poder arrecadar alimentos, itens de higiene, grana também para poder a favela se autoajudar.

Esse fator de cooperação chama atenção no Aglomerado, que, durante o período de quarentena, proposto pelas autoridades, se mobilizou para tratar a questão da fome dentro da Serra. Várias ações foram desenvolvidas, como distribuição de marmitas, alimentos de feira e cestas com gêneros alimentícios básicos, além de máscaras de proteção.

7.6. SEU VIZINHO E O PODER PÚBLICO

O *Projeto Seu Vizinho* não desenvolveu ações com o poder público e o Entrevistado 1 fala um pouco mais sobre esse aspecto:

O *Seu Vizinho* já recebeu proposta de pessoas, deputados e candidatos e a gente recusou. A gente sempre se posicionou e se posiciona até hoje como apertado, sem envolvimento político dessa maneira, né! Através de candidatos ou partidos, mas a gente sabe que a gente faz política na conta! O que a gente faz é político, nossa atuação, e a gente defende bandeiras e pautas através dessas ações.

Em relação às demandas dos setores do poder público, o Entrevistado 1 explica que cada caso é avaliado e, na medida do possível, atendido, pois existe uma preocupação com a própria filosofia internalizada do *Projeto* entre todos os membros.

...A gente já recebeu convite, por exemplo, para poder falar numa conversa do programa do Estado de mediação de conflitos, de segurança pública. E constantemente somos convidados por mecanismos de ponta, como Fica Vivo, CRAS e falar o que temos feito.

O Entrevistado 2 completa essa questão mostrando quando foi necessário se manifestar em relação às eleições presidenciais.

Já rolou, por exemplo, nas últimas eleições para presidência e no segundo turno e a gente viu que estava demais. A gente viu a periferia como um alvo, então em consenso a gente definiu que levantaríamos essa questão política dentro do bloco.

O relato acima encontra similaridade com o tema observado no texto de Domingues (2019), em que o apoio para as áreas em relação aos poderes é tema de reflexão constante dos organizadores, sendo debatido em reuniões.

7.7. CONCLUSÃO

Podemos concluir que o *Projeto Seu Vizinho*, objeto desse estudo de caso, com suas ações voltadas para a criação de arte através da sua Escola Livre e Periférica de Artes, está inserido na Economia Criativa. No entanto, a ausência de dados sobre o tema em territórios vulneráveis ou fruto da informalidade, demonstra uma dificuldade em traçar horizontes e planejar os passos para o desenvolvimento de ações políticas coordenadas para o setor da Economia Criativa e, assim, uma forma de desenvolvimento do território de vulnerabilidade como um todo.

A política pública na área cultural, no âmbito Estadual, que foi parte integrante desse trabalho, é insuficiente. Existe historicamente uma lacuna de dados para as próprias políticas culturais em geral. Isto ganha realce atualmente devido à consciência de que estas políticas (vinculadas à cultura e à Economia Criativa) podem agir como forma de alavancar o crescimento e o desenvolvimento econômico. A política pública cultural no nível municipal, entretanto, não foi tratada neste trabalho.

O propósito de analisar o surgimento do *Projeto Seu Vizinho*, suas ações associadas à Economia Criativa e a relação com a cultura, a captação de recursos e a geração de emprego e renda para os participantes foram exitosas. A importância da geração de empregos diretos e indiretos pelos beneficiários é uma realidade.

Foi levantada a trajetória de surgimento do *Projeto Seu Vizinho* como fomentador de emprego e renda em um território vulnerável e foi possível concluir que o *Projeto* gera empregos de várias formas, principalmente durante o carnaval e com ações e oficinas no decorrer do ano.

Analisando a relação do *Seu Vizinho* com os instrumentos de fomento cultural do estado de Minas Gerais, foi possível verificar que não há sucesso em relação à captação de verbas estaduais, mas sim em relação às ações de fomento municipal. Através da Lei de Incentivo a Cultura, o *Projeto* é bastante assertivo, sendo esta uma das principais formas de captação de recursos. No entanto, é importante salientar que apenas essa ação não garante a segurança financeira do *Bloco*. O *Seu Vizinho* trabalha também com financiamentos coletivos, shows e comercialização de produtos.

Observando as relações de poder e interesse entre o *Projeto Seu Vizinho* e o poder público, nas esferas do legislativo, executivo e judiciário, não há relações entre as partes, apesar de algumas tentativas de aproximação por parte desses poderes. Os motivos da não aproximação não foram aprofundados, tornando-se uma oportunidade para continuação e aprofundamento da pesquisa.

O *Projeto Seu Vizinho* é um exemplo muito consistente de empreendedorismo social em territórios vulneráveis utilizando a cultura e a Economia Criativa. Seu poder de modificação, empoderamento e ampliação do desenvolvimento humano

local é inegável. Através de pesquisa direta a dirigentes e usuários, constata-se o poder impulsionador deste tipo de movimento.

A necessidade de se entender melhor estes processos, de forma a subsidiar políticas públicas que os estimulem é fundamental. Dado o caráter dinamizador destes movimentos, nada mais natural e desejável do que o poder público passar a incrementá-los. Infelizmente, este é um tópico ainda em desenvolvimento, são poucos os estudos de caso (e das políticas públicas) sobre movimentos similares. A presente pesquisa busca se inserir nesta lacuna e as conclusões básicas desta são feitas a seguir.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou analisar a Economia Criativa em territórios vulneráveis, relacionando a política pública cultural e a geração local de emprego e renda. Na seção de número 1, foram tratados os objetivos e a proposta do trabalho.

Na seção 2, foi analisada a Economia Criativa no Brasil e no estado de Minas Gerais, mas por ausência de dados e de mensuração ou indicadores relacionados à Economia Criativa em territórios vulneráveis ou no tocante às políticas públicas culturais em relação a esse segmento, não foi possível quantificar o tamanho desta ou perceber sua importância como forma de desenvolvimento econômico em toda região.

Na seção 3, foi abordado o levantamento da luta pela valorização do setor cultural como política pública. Apesar do reconhecimento da importância desse setor, foi grande o desafio para que o *Projeto Seu Vizinho* se firmasse.

Na seção 4, foi tratada a importância do empreendedorismo social, como forma democrática da sociedade organizada buscar construir políticas para o crescimento e desenvolvimento.

Na seção 5, foram relacionados os territórios vulneráveis, a apresentação do Aglomerado da Serra a partir de suas várias vilas e a criação do *Seu Vizinho* como um movimento cultural insurgente que ocupa esse território através da arte, fazendo uso da Economia Criativa. Este contou com o apoio de políticas públicas municipais através da Utilização dos Centros Culturais do aglomerado – um equipamento idealizado a partir de verba pública e administrado pela gestão municipal –, ou através de editais de chamamento da prefeitura ou da Belotur, uma empresa pública municipal.

Na seção 6, é apresentada a metodologia utilizada para esse trabalho. Na seção 7, é apresentada a proposta de analisar os dados da pesquisa respondendo às perguntas e aos objetivos, assim como a conclusão deste trabalho. Por fim, a seção 8 com as considerações finais e com o fechamento das seções e sugestão para futuros trabalhos.

A Economia Criativa está voltada para a indústria criativa e para cidades criativas. O recorte desse segmento, que está voltado para territórios vulneráveis, pode se tornar uma política pública extremamente interessante se for realizado de forma transversal com outras secretarias de governo para além da Cultura, fomentando assim o empreendedorismo através da capacitação de lideranças nesses territórios e o incentivo à formalização dos coletivos, grupos, projetos e movimentos. Essas ações podem acontecer através de oficinas e cursos realizados a partir de iniciativas da Secretaria de Cultura, no âmbito estadual e municipal, além dos parceiros e/ou multiplicadores de dentro do próprio território. Essa seria apenas uma sugestão para complementar a gama de sugestões presentes no diagnóstico elaborado pela Fundação João Pinheiro no ano de 2018.

Como sugestões para o desdobramento do presente trabalho, seria necessária uma análise das políticas públicas culturais municipais e da Economia Criativa em territórios vulneráveis com recorte na cidade de Belo Horizonte. Em função das eleições municipais no ano de 2020, muitos documentos não estavam disponíveis para análise.

Apesar da importância do setor cultural na sociedade, a verba destinada para o setor como políticas públicas ainda não é consistente e sistematizada. Por outro lado, ainda existe uma precariedade de monitoramento, planejamento e avaliação das políticas existentes. São vários os desafios para o setor.

As políticas culturais não têm ainda uma linha estrutural, podendo a estrutura e o aparato cultural estarem avançados em alguns Estados da Federação e, ao mesmo tempo, estagnados ou embrionários em outros. O mesmo ocorre em nível municipal (mesmo dentro de um mesmo estado) Pensar nos recursos para fazer políticas culturais ainda é um desafio - os recursos para a área ainda são baixos no Brasil.

O tema relacionado a indicadores e criação de métricas das atividades ligadas à Economia Cultural e Economia Criativa na informalidade seria outra sugestão para a continuação deste trabalho. Apesar de o tema indicador cultural já ter sido discutido em alguns trabalhos acadêmicos, ainda existe a oportunidade de relacioná-lo a esse segmento da economia. A falta de informações, indicadores e

dados consistentes restringe a capacidade das políticas públicas em alcançar seus objetivos.

Com o crescimento da informalidade no mercado de trabalho do Brasil, é importante termos estudos relacionados a uma população considerável que está sem acesso aos meios formais de emprego. Ter uma forma de mensurar o PIB nas favelas mineiras seria fundamental. As relações de produção dentro de um território com uma população de 46.000 mil pessoas aproximadamente – que é a população do Aglomerado da Serra – devem apresentar números significativos em relação às variáveis econômicas, sendo outra sugestão para continuação deste trabalho.

Por fim, as questões pertinentes às mulheres e ao Aglomerado da Serra e a relação do *Seu Vizinho* com a Economia Criativa em um recorte de gênero seriam temas instigantes e, ao mesmo tempo, urgentes e atuais (assim como as questões relativas à raça e à idade).

Como reflexão final, segue um texto preparado pelos organizadores do *Seu Vizinho* para leitura na abertura do desfile de carnaval de 2019. A leitura foi efetuada por uma das fundadoras e vocalista do *Seu Vizinho*.

Serrão! Mais de 100 anos de história e de luta! História que foi construída em comunidade, uma mão segurando a outra para suprir os vários anos ignorados pelo poder público. Pra quem não sabe, o Aglomerado da Serra foi feito por mulheres e hoje nosso desfile vai pra ELAS! Pra quem ia no parque buscar água, subia e descia ladeira com lata na cabeça! Pra quem conseguiu a primeira linha de ônibus! Pra quem lutou até chegar a luz em casa! Pra quem trilhou os becos e vielas! Pra quem correu atrás dos primeiros centros de saúde! Pra quem lutou pra colocar os filhos nas escolas! Salve matriarcas da Serra que construíram esse lugar! Salve Aglomerado da Serra!!! A gente tem que valorizar e reconhecer quem veio antes. Estamos aqui hoje por causa de vocês. O tema do nosso desfile é a história do Aglomerado! É a minha história, é a sua história, é a nossa história! Porque nós acreditamos que todos somos vizinhos, seja do morro ou do asfalto, estamos todos juntos e aglomerados! Nos ajude a continuar essa linda história com respeito! Respeite a vizinhança! Não aceitamos nenhum tipo de preconceito e repressão! Racistas, machistas, homofóbico não são bem-vindos! Não é não! E, #EleNão! Cuida da rua! Lixo é no lixo! Fortaleça o negócio local! Vamos curtir o desfile com amor e respeito! Salve! Salve! Vizinhança! O melhor lugar do Mundo é aqui e agora!

REFERÊNCIAS

- ALBINSSON, Staffan. (2018). **Musicians as entrepreneurs or entrepreneurs as musicians?** Creativity and Innovation Management, 27(3), 348-357. In. _____ REIS. Tatiane. KLEIN. Amarolinda. **Competências Empreendedoras na Indústria Criativa: Meios e necessidades de Aprendizagem de Músicos.** Revista de Empreendedorismo e Gest. Pequenas Empres. São Paulo, v.9 n.4 p. 556-588 | Set./Dez. 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7610398> Acesso em: 27/11/2020
- BAGGIO, Francisco, A. BAGGIO, Knebel, Daniel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições.** Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/233174264.pdf> Acesso em: 06/01/2021
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977
- BASTOS, Suzana, Quinet et al. **Economia Criativa no Estado de Minas Gerais.** Revista de Revista de Direito da Cidade, vol. 08, nº 4. ISSN 2317-7721. 2016. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rdc/article/download/22307/19167> Acesso em: 27/11/2020
- Belo Horizonte Surpreendente. **Centro Cultural Vila Marçola.** Disponível em: <http://portalbelohorizonte.com.br/o-que-fazer/arte-e-cultura/centros-culturais/centro-cultural-vila-marcola#:~:text=O%20Centro%20Cultural%20Vila%20Mar%C3%A7ola,de%20projetos%20e%20pr%C3%A1ticas%20culturais> Acesso em: 06/01/2021
- BRASIL. **DECRETO Nº 10.464, DE 17 DE AGOSTO DE 2020.** Lei Aldir Blanc. Brasília – DF. Disponível em: https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.464-de-17-de-agosto-de-2020-272747985?_ga=2.62497893.85402967.1609119821-837875643.1609119821 Acesso em: 26/11/2020
- BRASIL. **DECRETO Nº 7.743, DE 31 DE MAIO DE 2012.** Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério da Cultura. Brasília - DF 2012. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7743.htm Acesso em: 26/11/2020
- BRASIL. **DECRETO Nº 8.837, DE 17 DE AGOSTO DE 2016.** Brasília - DF 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Decreto/D8837.htm#art9 Acesso em: 26/11/2020
- BRONZO, Carla. **Território como Categoria de Análise e como Unidade de Intervenção nas Políticas Públicas.** In: FAHEL, Murilo; NEVES, Jorge Alexandre. (Org.). **Gestão e Avaliação de Políticas Sociais.** Belo Horizonte: PUCMINAS, 2007, v. , p. 91-114
- CALABRE, Lia. **Desenvolvimento de políticas públicas.** Rio de Janeiro: FCRB, 2011.

CALABRE, Lia. **Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas**. III ENECULT. Salvador, 2007.

CAMPOS. Rafael. **Nos primeiros anos de BH, bairro Serra era repleto de chácaras. Encontro BH**. 2017. Disponível em: <https://www.revistaencontro.com.br/canal/revista/2017/12/nos-primeiros-anos-de-bh-bairro-serra-era-repleto-de-chacararas.html#:~:text=Moradias%20simples%20foram%20constru%C3%ADdas%20nos,Lucas%20e%20Santana%20do%20Cafezal> Acesso em: 26/11/2020

CARVALHO. Selma. **Economia Criativa em Minas Gerais um estudo exploratório**. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro:2018

CASAGRANDE, Bruno. SANTOS, Solida. **Os impactos da economia criativa na geração de emprego e renda no município de Curitiba**. Programa de Apoio à Iniciação Científica – PAI. Curitiba. 2015.

Chamamentos Públicos Prefeitura de Belo Horizonte. Disponível em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/portaldasparcerias/chamamentos-publicos> Acesso em: 27/11/2020

CORRÊA. Ana C. **O processo de implementação do Vila Viva no Aglomerado da Serra e os possíveis impactos na criminalidade local**. Belo Horizonte. 2010.

Disponível em:

<http://monografias.fjp.mg.gov.br/bitstream/123456789/2046/1/O%20processo%20de%20implementa%C3%A7%C3%A3o%20do%20Vila%20Viva%20no%20aglomerado%20da%20serra%20e%20os%20poss%C3%ADveis%20impactos%20na%20criminalidade%20local.pdf> Acesso em: 26/11/2020

DAVIES, Rosamund. GAUTI, Sigthorsson. **Introducing the creative industries: From theory to practice**. SAGE Publications Limited, 2013. Disponível em: https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:na_n7u93clEJ:scholar.google.com/+DAVIES%3B+SIGTHORSSON,+2013&hl=pt-BR&as_sdt=0,5 Acesso em: 27/11/2020

DOMINGUES, João Paulo Mariano. **Insurgências juvenis no carnaval de rua em Belo Horizonte [manuscrito] : o bloco Seu Vizinho e a luta pela afirmação do território**. João Paulo Mariano Domingues. - Belo Horizonte, 2019. 199 f. : enc, il. Dissertação -- (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação. Orientador: Geraldo Magela Pereira Leão. Bibliografia: f. 186-199.

DRUCKER, Peter, F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios**. 2. Ed. São Paulo: Pioneira, 1987. P.25 – 206. Disponível em: <https://nc400.files.wordpress.com/2012/02/drucker-1987.pdf> Acesso em: 26/11/2020

FARIA. B. Juliana. **Negócios sociais e a criação de valor compartilhado: um estudo de caso**. Universidade Federal de Juiz de Fora. 2017. Disponível em: <https://www.ufjf.br/engenhariadeproducao/files/2016/12/TCC-Juliana-Faria.pdf> Acesso em: 26/11/2020

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. 2014. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa-Firjan2014.pdf>. Acesso em: 29/12/ 2020

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. 2019. Disponível em: https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx_Acessoem: 16 de julho, 2020.

FONSECA, Ana C. **O que faz uma cidade ser criativa?** TEDxJardins 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M8pSOzpdEoI>. Acesso em: 16 de julho, 2020.

GUERRA, Oswaldo. TEIXEIRA, Francisco. **A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista**. Rev. Econ. Polit. vol.30 no.1 São Paulo mar. 2010 Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572010000100008&lng=pt&tlng=pt Acesso em: 06/01/2021

Guia Afetivo do Aglomerado Da Serra. Projeto Circuito SERRA: transitando na quebrada, 2018. Disponível em: https://issuu.com/projetocircuitoserra/docs/guia_afetivo_do_aglomerado_da_serra. Acesso em 20/11/2020

HARTLEY, John (Ed.), **Creative industries**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005. In. ____ REIS, C. F. A. (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Disponível em: <http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2015/09/Livro-Ana-Carla-Fonseca.pdf> Acesso em: 26/11/2020

HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M Brooks do Brasil Ltda., 2013.

IBGE.Sig.: Aglomerado subnormal. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/tipologias-do-territorio/15788-aglomerados-subnormais.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 18 de julho, 2020.

INSTITUTO KAIROS E FUNDAÇÃO VALE. Garota Hacker: Relatório Final. 2019.

KNELL, John; OAKLEY, Kate. **London's creative economy: An accidental success?**. London: London Development Agency, Provocation Series, v. 3, n. 3, 2007. In. ____ REIS, Tatiane. KLEIN, Amarolinda. **Competências Empreendedoras na Indústria Criativa: Meios e necessidades de Aprendizagem de Músicos**. Revista de Empreendedorismo e Gest. Pequenas Empres. São Paulo, v.9 n.4 p. 556-588 | Set./Dez. 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7610398> Acesso em: 27/11/2020

KODITHUWAKKU, Both. Rosa, Peter. (2002). **The entrepreneurial process and economic success in a constrained environment**. By: . , Sep2002, Vol. Issue 5, p. Journal of Business Venturing, 17, 431-465. Disponível em: <https://cutt.ly/lh3yqt1> Acesso em: 25/11/2020.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2017.

MINAS GERAIS. **Lei Estadual nº 22.944/2018, de 15 de Janeiro de 2018**. Lei de incentivo a cultura. Belo Horizonte. 2018. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=22944&comp=&ano=2018> Acesso em: 21/11/2020.

MORAIS, Janille Oliveira. **O sistema mineiro de fomento e incentivo à cultura: estudo sobre suas recentes alterações e proposição de caminhos para elaboração de indicadores**. Monografia de conclusão de Curso – Fundação João Pinheiro, Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, 2018.

MOREIRA, Bárbara Oliveira. **A Lei 22 944 de 2018 e o redesenho dos instrumentos de financiamento à cultura de Minas Gerais: potenciais e limites do Fundo Estadual de Cultura**. Monografia de conclusão de Curso – Fundação João Pinheiro, Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, 2018.

MORIGI, Josimari de Brito. **O ensino do empreendedorismo nas instituições de ensino superior (ies) brasileiras: Um estudo da prática desenvolvida na universidade estadual do Paraná - campus de campo mourão**. Revista Conbrad Maringá, v.2, n.1, p. 03-24, 2017 Disponível em: <http://revistaconbrad.com.br/editorial/index.php/conbrad/article/view/31> Acesso em: 21/11/2020.

O que é Financiamento Coletivo (ou Crowdfunding)? Meu financiamento Coletivo. 2015. Disponível em: <https://meufinanciamentocoletivo.com.br/aprenda/o-que-e-financiamento-coletivo/> Acesso em: 27/11/2020

O'BRIEN, James. MARAKAS, George. **Administração de Sistemas de Informação**. 15ed. Porto Alegre: AMGH/McGraw-Hill/Bookman, 2013. In: *Perspect. ciênc. inf.* vol.19 no.4 Belo Horizonte out./dez. 2014. Sistema de informação: um entendimento conceitual para a sua aplicação nas organizações empresariais Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362014000400007&lng=pt&tlng=pt Acesso em: 21/11/2020.

PBH. **Centro Cultural Vila Marçola. Blog PBH**. 2020. Disponível em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/fundacao-municipal-de-cultura/centros-culturais/vilamarcola> Acesso em: 21/11/2020.

PELLEGRINI, Aline. **O estrago da pandemia para os agentes culturais brasileiros**. Nexo, 2020. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2020/12/09/O-estrago-da-pandemia-para-os-agentes-culturais-brasileiros> Acesso em: 06/01/2021

PNUD. **Relatório do Desenvolvimento Humano 2014**. Sustentar o Progresso Humano: Reduzir as Vulnerabilidades e Reforçar a Resilência. Camões. 2014. Disponível em: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr14_summary_pt.pdf Acesso em: 21/11/2020.

RADAR: **Economia criativa em Minas Gerais: Agência de Desenvolvimento da Indústria Criativa de Minas Gerais**. Observatório P7 Criativo, Vol. 1. Belo Horizonte, 2018.

Rede Social Instagram. Perfil Seu Vizinho. Disponível em:
https://www.instagram.com/seuvizinho_/ Acesso em: 27/11/2020

REIS, Carla Fonseca. Ana. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.** São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Disponível em: <http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2015/09/Livro-Ana-Carla-Fonseca.pdf> Acesso em: 26/11/2020

REIS. Carla Fonseca. Ana. **Marketing cultural e financiamento da cultura. Teoria e prática, em um estudo internacional comparado.** Thomson, 2003. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2016/02/Marketing-Cultural-e-Financiamento-da-Cultura-Garimpo-de-Soluc%CC%A7o%CC%83es.pdf> Acesso em: 26/11/2020

REIS. Carla Fonseca. Ana. **Cidades Criativas: Análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à Cidade de São Paulo.** Universidade de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo: 2011 Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/publico/Tese_Ana_Carla_Fonseca_Reis.pdf Acesso em: 06/01/2021

SANTOS, Milton. **Pensando o espaço do homem.** São Paulo: Hucitec, 1982

SCUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961. Disponível EM: <https://www.institutomillennium.org.br/wp-content/uploads/2013/01/Capitalismo-socialismo-e-democracia-Joseph-A.-Schumpeter.pdf> Acesso em: 06/01/2021

SEBRAE. **Favelinha Fashion Week aposta na criatividade de comunidade mineira.** Agência Sebrae de notícias. 2017; Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/favelinha-fashion-week-aposta-na-criatividade-de-comunidade-mineira,2bd83b1b89ead510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Coletivo%20de%20moda&text=O%20Favelinha%20Fashion%20Week%20%C3%A9,comunidade%E2%80%9D%2C%20informa%20a%20analista.> Acesso em: 26/11/2020

Seminário Plano Estadual da Economia Criativa em Minas Gerais. Fundação João Pinheiro. Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais - BDMG. Universidade Federal de Minas Gerais. SEBRAE - MG. FIEMG - MG. 2018
<http://www.bibliotecadigital.mg.gov.br/consulta/consultaDetalheDocumento.php?iCodDocumento=76905> Acesso em: 26/11/2020

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo. Companhia das Letras, 2010.

SILVA, Marco A. Oliveira. GOMES, Luiz F. Monteiro. CORREIA, Manuela Faia. **Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal.** Rev. adm. contemp. v.13 n.1 Curitiba, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552009000100005&lng=pt&tlng=pt Acesso em: 21/11/2020.

SOUTO, Lígia. **Cai número de empresas e aumenta informalidade no setor cultural brasileiro entre 2007 e 2017**. Disponível em: <http://m.radioagencianacional.ebc.com.br/economia/audio/2019-12/cai-numero-de-empresas-e-aumenta-informalidade-no-setor-cultural-brasileiro> Acesso em: 19/07/2020.

TOWSE, Ruth. **Handbook on the Digital Creative Economy**. Edward Elgar. UK. 2013 P. 1 – 26. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=3SxjAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=TOWSE,+2013&ots=DUM-G7fo3k&sig=Rc7UdV904g0M1ZzKezCrobp7X4c#v=onepage&q=TOWSE%2C%202013&f=false> Acesso em: 26/11/2020

United Nations Conference on Trade and Development. (2010). **Creative economy: report**. 2010. Disponível em; <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Statistics-onworld-trade-in-creative-products.aspx>. Acesso em: 26/11/2020

VALADARES, Marco. **Administração e o empreendedorismo no ensino acadêmico brasileiro**. Administradores.com. 2013. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/administracao-e-o-empreendedorismo-no-ensino-academico-brasileiro> Acesso em: 26/11/2020

VALENTIM, Barros. Erika. PERUZZO, Feix Juliane. **O empreendedorismo nas políticas públicas de trabalho e geração de renda**. Argum., Vitória, v. 10, n. 1, p. 261-275, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/argumentum/article/view/18362> Acesso em: 06/01/2021

VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (Org.) **Economia criativa, cultura e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

VIGNOLI, Jorge Rodriguez. **Vulnerabilidad Demográfica en América Latina: quéhay de nuevo?**In____: SeminarioVulnerabilidad, CEPAL, Santiago de Chile, 2001.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva: volume 1**. 4. ed. Brasília: Ed. UnB, 2012.

APÊNDICE

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Em relação aos territórios e vulnerabilidades:

1. Conte-me um pouco da sua história no Aglomerado da Serra.
2. Você considera o território do Aglomerado da Serra, como um território de vulnerabilidades? Por quê?

Em relação à Empoderamento, Geração de Emprego e Renda:

3. Conte-me um pouco sobre sua trajetória no Projeto Seu Vizinho.
4. Quais as ações desenvolvidas pelo Projeto Seu Vizinho?
5. Como a comunidade se insere nos projetos do Centro Cultural? Como as pessoas acessam o Projeto Seu Vizinho? Como elas podem participar? Existe algum critério de seleção?
6. Quais são as características básicas das pessoas que participam das atividades do Projeto Seu Vizinho? Por que outras pessoas não participam?
7. No Centro Cultural vocês geram empregos diretos e indiretos? Têm controle desses números? Podem descrever como são essas relações?
8. Para você, como acontece o processo de empoderamento das pessoas envolvidas no Projeto Seu Vizinho? Há momentos em que empoderar é tão importante quanto gerar emprego e renda. Você concorda com a afirmação, o que pensa a respeito?

Em relação às leis e as políticas públicas e economia criativa:

9. Como o Projeto Seu Vizinho está inserido na Economia Criativa?
10. O Projeto Seu Vizinho faz uso das possibilidades de financiamento público? Se sim, como se organiza? Vocês participam da lei de captação de incentivos nos âmbitos federal, estaduais e municipais? Fazem parte do fundo de Cultura e da Lei de Incentivo à Cultura? Podem citar alguns editais que inscreveram e não tiveram sucesso? Pode citar os que tiveram sucesso?
11. Como vocês conseguiram acessar esses mecanismos de financiamento? Houve dificuldades para acesso aos mesmos? Se sim, comente essas

dificuldades. Houve mecanismos que vocês quiseram participar (se inscrever) e não conseguiram? Por quê?

12. Como funcionam as formas de captação no nível de financiamento coletivo e financiamento privado?
13. O que é “hackear” o Sistema? Como “hackear” o sistema?
14. Como fazer a economia do Aglomerado girar?
15. Relações de interesse:
16. Vocês recebem apoio de alguma empresa privada? Que tipo de apoio?
17. Vocês recebem apoio de algum agente público? Que tipo de apoio?
18. Vocês recebem apoio do poder público, seja dos governos ou dos deputados ou vereadores?
19. Como acontecem as relações de poder e interesse entre o Projeto Seu Vizinho e o poder público, nas esferas do legislativo, executivo e judiciário, tem algum tipo de apoio?

QUESTIONÁRIO

Pesquisa geração de emprego, renda e empoderamento.

Essa pesquisa tem caráter acadêmico, e servirá de material para um trabalho de conclusão de curso a ser apresentado na Fundação João Pinheiro, por Ciro Cesar de Carvalho.

Esse questionário retrata suas experiências com o "Seu Vizinho". Todas as informações serão mantidas em sigilo sem identificação de quem respondeu à pesquisa.

***Obrigatório**

1. Você reside no Aglomerado da Serra *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Já morei e não moro mais

2. Qual o seu sexo ? *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não informar.

3. Qual a sua idade *

4. Qual seu estado civil ? *

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)
- Outro: _____

5. Qual é a sua cor ou raça ? *

Marcar apenas uma oval.

- Branca
- Negra
- Parda
- Amarela
- Indígena
- Outro: _____

6. Você tem alguma necessidade especial? *

Marcar apenas uma oval.

- Não
- Sim, de ordem física
- Sim, de ordem visual
- Sim, de ordem auditiva
- Sim, de ordem mental

7. Qual o seu grau de escolaridade ? *

Marcar apenas uma oval.

- Não frequentou a escola
- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo

8. Com quem você reside atualmente? *

Marcar apenas uma oval.

- Com os pais
- Com a esposa ou esposo e/ou com filha e filhas, com filho e filhos
- Com parentes
- Com amigos
- Sozinho ou sozinha
- Outro: _____

9. Considerando você e todas as pessoas com quem você mora, qual a renda total ?

(Salário mínimo de referência R\$1045,00)

Marcar apenas uma oval.

- Até 1 salário mínimo
- Entre 1 a 3 salários mínimos
- Entre 3 a 5 salários mínimos
- Entre 5 a 10 salários mínimos
- Mais de 10 salários mínimos

10. Assinale a situação que melhor descreve o seu caso. *

Marcar apenas uma oval.

- Não trabalho e meus gastos são financiados pela família
- Não trabalho e recebo benefícios do governo, Bolsas ou LOAS
- Trabalho e recebo a ajuda da família
- Trabalho e me sustento
- Outro: _____

11. Qual é a sua ocupação profissional ? *

Marcar apenas uma oval.

- trabalhador assalariado com carteira assinada *Pular para a pergunta 13*
- trabalhador assalariado sem carteira assinada *Pular para a pergunta 13*
- trabalhador do setor público (estatutário) *Pular para a pergunta 13*
- conta própria (autônomo) *Pular para a pergunta 12*
- trabalhador doméstico com carteira de trabalho assinada
Pular para a pergunta 13
- trabalhador doméstico sem carteira de trabalho assinada
Pular para a pergunta 13
- empregador (necessário ter pelo menos um empregado)
Pular para a pergunta 13
- trabalhador familiar auxiliar *Pular para a pergunta 13*
- Outro: _____

Pesquisa geração de emprego, renda e empoderamento.

12. Qual a sua área de atuação como autônomo ?

Pesquisa geração de emprego, renda e empoderamento.

13. Se você não trabalha atualmente qual é a sua condição de atividade?

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- Aposentado
- Dona de casa, cuida dos afazeres domésticos
- Outro: _____

14. De onde você acessa a internet com maior frequência ? *

Marque todas que se aplicam.

- Sim, de casa
- Sim, da instituição de ensino
- Sim, do trabalho
- Sim, de outros locais
- Não acesso

15. Meio de acesso à internet *

Marque todas que se aplicam.

- Computador próprio
- Computador de terceiros
- Celular
- Não se aplica

Outro: _____

16. Entre as atividades artístico-culturais ou religiosa listadas abaixo, qual ou quais constituem sua preferência no tempo livre ? *

Marque todas que se aplicam.

- Cinema
 Espetáculos teatrais
 Show musicais
 Baile funk
 Hip Hop
 Capoeira
 Dança
 Atividade religiosa: Missa, culto, sessões espíritas, etc
 Não se aplica

Outro: _____

17. Você já participou de alguma oficina ou curso patrocinado pelo "Seu Vizinho" ? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

18. Se sim, qual(is) oficina(s) ?

19. Se você participou de alguma oficina, faça um pequeno relato sobre a importância disso para você e o que a participação gerou de positivo.

20. Você já foi responsável ou co-responsável por desenvolver alguma ação em parceria com o "Seu Vizinho"? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

21. Se sim, qual ou quais ?

22. Essa ação gerou qual tipo de benefício - Selecione quantas opções você achar necessário. *

Marque todas que se aplicam.

Financeiro

Viagens

Melhorou minha auto estima e confiança

Melhorou meu relacionamento

Não se aplica

Outro: _____

23. Você já teve ou tem algum vínculo de trabalho com o "Seu Vizinho" ? Escolha a opção que mais se adequa a você. *

Marcar apenas uma oval.

- Tenho vínculo de trabalho formal
- Já tive vínculo de trabalho
- Recebo cachê
- Trabalho por projeto
- Trabalho no regime de diárias
- Auxílio de forma voluntária
- Não tive vínculo de trabalho com "Seu Vizinho"
- Outro: _____

24. Esse espaço é para você emitir suas opiniões em relação ao projeto "Seu Vizinho". Comente as oportunidades que o movimento proporciona, faça elogios ou contribua com comentários e sugestões do que pode melhorar. *

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO DE VOZ

Eu _____ autorizo, por meio deste termo, o pesquisador a realizar a gravação de minha entrevista sem custos financeiros a nenhuma parte.

Essa AUTORIZAÇÃO foi concedida mediante o compromisso do pesquisador em garantir-me os seguintes direitos:

1. Poderei ler a transcrição da minha gravação;
2. Os dados coletados serão usados exclusivamente para gerar informações para a pesquisa aqui relatada e outras publicações dela decorrentes, quais sejam: revistas científicas, jornais, congressos entre outros eventos dessa natureza;
3. Minha identificação não será revelada em nenhuma das vias de publicação das informações geradas;
4. Qualquer outra forma de utilização dessas informações somente poderá ser feita mediante minha autorização, em observância ao Art. 5º, XXVIII, alínea “a” da Constituição Federal de 1988.
5. Os dados coletados serão guardados por 5 anos, sob responsabilidade do pesquisador, e após esse período serão destruídos.
6. Serei livre para interromper minha participação na pesquisa a qualquer momento e/ou solicitar a posse da gravação e transcrição de minha entrevista.

Belo Horizonte – MG _____ de _____ de _____.

Nome do participante

Assinatura _____

Assinatura do Pesquisador