

1ª Edição | 24 de junho 2024

# MIRANTE CRIATIVO



# MIRANTE

## CRIATIVO

### GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

José Renato Casagrande  
Governador

Ricardo de Rezende Ferraço  
Vice Governador

### SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA DO ESPÍRITO SANTO

Fabricio Noronha Fernandes  
Secretário de Estado da Cultura

Carolina Ruas Palomares  
Subsecretária de Estado de Políticas  
Culturais

Joemar Bruno F. Zagoto  
Subsecretário de Estado de Gestão  
Administrativa

Maria Thereza Bosi De Magalhães  
Subsecretaria de Estado de Fomento  
e Incentivo à Cultura

Lorena Louzada Vervloet  
Gerência de Economia Criativa  
(Gecria)

Karina Ruiz  
Gestora De Projetos Hub Es+ /MCI /  
FUNCITEC

Valdir Brunelli Valério Junior  
Coordenador Adjunto Hub Es+ /MCI /  
FUNCITEC

### INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

Jadir José Pela  
Reitor

Lodovico Ortlieb Faria  
Pró-Reitor de Extensão

Leonardo Lopes  
Secretário de Produção e Difusão Cultural

Regiane Teodoro do Amaral  
Diretora Geral do Campus Viana

Gladyson Brommonschenkel Demonier  
Diretor de Ensino, Pesquisa e Extensão  
do Campus Viana

Robson Malacarne  
Coordenador de Extensão e Pós-  
graduação do Campus Viana

### Revista Mirante Criativo #1

Higor Ferraço  
Projeto Gráfico original, Direção  
de Arte, Diagramação e Capas e  
Ilustrações.

Gabrielle Sartório  
Coordenadora de Conteúdo e Contato  
Institucional

### Conselho Editorial

Robson Malacarne, Leonardo Bis  
dos Santos , Victor Nunes Toscano,

### Observatório Capixaba de Economia Criativa

O Observatório Capixaba de Economia Criativa é uma estratégia metodológica, pois envolve o aporte de conhecimentos teóricos e práticos de forma colaborativa, visando dotar os coletivos de capacidade formativa e de intervenção concreta nas comunidades. Uma das ações, no percurso de desenvolvimento do Observatório Capixaba de Economia Criativa, é a Revista Mirante Criativo. A publicação possui como propósito registrar a trajetória de discussões do Sys.terna. O Sys.terna é um evento formativo do Núcleo Interinstitucional de Estudos e Pesquisas em Desconstrução, Economia Criativa e Sustentabilidade (Poiein). A iniciativa faz parte das ações para implantação do Observatório Capixaba de Economia Criativa, ação prevista no projeto Hub ES+, que conta com apoio do Funcitec/MCI (Mobilização Capixaba pela Inovação) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo (Fapes). O projeto acontece no âmbito do Programa ES+Criativo, que é coordenado pela Secretaria de Estado da Cultura (Secult).



# APRESENTAÇÃO

Partindo de premissas da economia criativa de base comunitária, da pesquisa aplicada e da extensão, entende-se que cada território possui uma forma singular de buscar suas soluções, tanto voltadas para a geração de renda, quanto para suas questões subjetivas e socioculturais coletivas (por exemplo: acesso à cultura, oportunidade para práticas esportivas, opções de lazer nos territórios, valorização da diversidade, promoção da cultura da paz, etc.). Entender essas questões (geração de renda e anseios socioculturais) de forma dissociada é negar a complexidade de cada território.

Para fomentar a definição de ações que atendam ao interesse das/os coletivos culturais e que consigam conectar ao potencial sócio econômico-cultural de cada território, propõe-se a constituição de Observatório de Economia Criativa. O Observatório é uma estratégia metodológica, pois envolve o aporte de conhecimentos teóricos e práticos de forma colaborativa, visando dotar os coletivos de capacidade formativa e de intervenção concreta nas comunidades.

Uma das ações no percurso de desenvolvimento do Observatório Capixaba de Economia Criativa é a edição de uma Revista. A publicação possui como propósito registrar a trajetória de discussões do Sys.terna. O Sys.terna é um evento formativo do Núcleo Interinstitucional de Estudos e Pesquisas em Desconstrução, Economia Criativa e Sustentabilidade (Poiein). A iniciativa faz parte das ações para implantação do Observatório de Economia Criativa, ação prevista no projeto Hub ES+, que conta com apoio do Funcitec/MCI (Mobilização Capixaba pela Inovação) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo (Fapes). O projeto acontece no âmbito do Programa ES+Criativo, que é coordenado pela Secretaria de Estado da Cultura (Secult).

A primeira edição da Revista do Observatório Capixaba de Economia Criativa nasce das reflexões do Oitavo Seminário Sys.terna cujo foco foi discutir o percurso metodológico do Observatório, a partir da questão problematizadora: Observatório: estratégia para a economia criativa de base comunitária?

# CONSTRUINDO PONTES DE CONHECIMENTO

Fabrizio Noronha

Secretário de Estado da  
Cultura do Espírito Santo

A publicação desta revista tem um papel crucial no desenvolvimento do Observatório Capixaba de Economia Criativa, ao consolidar e preservar reflexões, ideias e insights gerados a partir do 8º Seminário Sys.terna, evento formativo do Núcleo Interinstitucional de Estudos e Pesquisas em Desconstrução, Economia Criativa e Sustentabilidade (Poiein).

O registro sistemático da trajetória de discussões ocorridas durante esse evento proporciona um valioso recurso de referência para a comunidade envolvida. Além disso, serve como um instrumento que contribui para a disseminação do conhecimento produzido a partir das atividades do Observatório.

Partindo de premissas da economia criativa de base comunitária, da pesquisa aplicada e da extensão, somos capazes de entender que cada território tem seu modo singular de buscar (e encontrar) soluções, tanto aquelas voltadas à geração de trabalho e renda quanto as que envolvem questões subjetivas e socioculturais coletivas. Podemos citar como exemplo o acesso à cultura, as oportunidades para práticas esportivas, as opções de lazer nos territórios, a valorização da diversidade e a promoção da cultura da paz.

Dissociar todos esses aspectos é negar a complexidade que constitui a essência de cada território. O Observatório Capixaba de Economia Criativa, portanto, nasce do desejo de projetar ações capazes de atender aos interesses dos mais diversos coletivos, fortalecendo as conexões entre os potenciais socioeconômicos e culturais de cada território.

O Observatório é uma estratégia metodológica que envolve o aporte de conhecimentos teóricos e práticos de forma colaborativa, a fim de

propiciar aos coletivos capacidade formativa e de intervenção concreta nas comunidades.

Vale ressaltar que a criação do Observatório Capixaba de Economia Criativa é uma ação prevista no projeto do Hub ES+, primeiro hub público de economia criativa, cultura e inovação do Espírito Santo, que conta com apoio do Fundo Estadual de Ciência e Tecnologia (Funcitec/MCI) e da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes), no âmbito do programa ES+Criativo, coordenado pela Secretaria de Estado da Cultura (Secult).

A partir desta primeira edição da revista, esperamos não apenas fortalecer o acervo de informações disponíveis aos participantes do Observatório, mas sobretudo compartilhar perspectivas inestimáveis que possam alcançar um público mais amplo, interessado em temas como cultura, economia criativa, inovação e sustentabilidade. O papel que a revista desempenha é estratégico para a construção e difusão do conhecimento na esfera da economia criativa e suas interseções com questões sociais e sustentáveis.

# EXPLORANDO HORIZONTES CRIATIVOS

Lorena Louzada

Gerente de Economia  
Criativa da Secretaria  
de Cultura do Estado do  
Espírito Santo

Seja bem-vindo à primeira edição da Revista do Observatório Capixaba de Economia Criativa!

Vinculado ao projeto Hub ES+ (MCI/FUNCITEC), o Observatório é uma das iniciativas do ES+Criativo, programa estratégico do governo do Estado do Espírito Santo que coloca a Economia Criativa como um vetor do desenvolvimento sustentável capixaba. Iniciado em 2019 e liderado pela Secretaria de Cultura (Secult) em parceria com outras 15 instituições, o ES+ Criativo conta desde seu início com a colaboração teórica, metodológica e prática dos pesquisadores ligados ao Núcleo Interinstitucional de Estudos e Pesquisas em Desconstrução, Economia Criativa e Sustentabilidade (Poiein), responsável pela organização e publicação desta revista.

É nas trocas e debates realizados entre pesquisadores, gestores públicos, coletivos, organizações e criativos no Sys.terna, evento formativo do Poiein, e em outros espaços compartilhados ao longo da trajetória do ES+Criativo, que se define o foco do Observatório Capixaba de Economia Criativa: a Economia Criativa de base comunitária. Ao territorializar a criatividade, esta abordagem da Economia Criativa coloca as pessoas, sua cultura e suas realidades, no centro do desenvolvimento socioeconômico, promovendo a diversidade, a justiça social e a sustentabilidade deste desenvolvimento.

Nesta primeira edição da Revista, apresentamos o campo da Economia Criativa no Brasil. Orlando Lopes e Robson Malacarne, professores e pesquisadores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo - Ifes e da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), discutem as origens e as possibilidades da Economia

Criativa e da incorporação do conceito às políticas públicas brasileiras e capixabas. Já Karina Ruiz, pesquisadora de Economia Criativa e Trainee de Gestão Pública na Secult, traz alguns dos desafios para evidenciar e mensurar o valor econômico do setor, especialmente no Brasil.

Leonardo Bis, pesquisador e professor do Ifes, traz fundamentos do que é comunidade e de como pensar a economia criativa de base comunitária a partir das experiências de Jesus de Nazareth, comunidade periférica de Vitória/ES. E Geovani Alipio, Diretor de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão do Ifes - Linhares, nos apresenta alguns dos resultados de sua pesquisa sobre as parcerias formais e informais entre as organizações que compõem o ecossistema de inovação capixaba, ressaltando o potencial de suas conexões para gerar inovação.

Por fim, Victor Toscano, Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental da Secretaria de Trabalho, Assistência e Desenvolvimento Social, apresenta os princípios da ciência aberta e defende o uso destes princípios para estruturar o Observatório Capixaba de Economia Criativa a fim de fomentar a difusão de informações, a construção de conhecimentos compartilhados com as comunidades e a implementação de políticas públicas com maior efetividade e transparência.

Nossa esperança é que esta revista não apenas inspire, mas também catalise a ação. Que os debates e as histórias compartilhadas aqui incentivem novas parcerias e iniciativas que fortaleçam e promovam a Economia Criativa capixaba.

**Junte-se a nós nesta jornada rumo a uma economia mais criativa, comunitária e participativa!**





# Vozes DOS COLETIVOS



## Coletivo Sementes da Gratidão – Wil e Josiane

O desafio dos coletivos criativos é a dificuldade de se enquadrar em um determinado segmento, somos atravessados por uma série de temas que não podemos negar: sustentabilidade, questão racial e comunidades quilombolas são causas que nos mobilizam.



## Coletivo Conscientiza Piapitangui – Piatan Lube

Nosso compromisso vai além de mitigar danos ambientais, buscamos adaptar práticas sustentáveis para aumentar a resiliência da comunidade às mudanças climáticas. Valorizamos a água como um elemento cultural vital, simbolizando vida, purificação e renovação.

# **Vozes** **DOS COLETIVOS**

## Bloco Amigos da Onça – Paulo Gois Bastos

Ampliar a compreensão de que o movimento de blocos de carnaval é uma perspectiva política de negociação com a cidade, pertencimento ao território além do trabalho, além da rotina que nos cega para outras histórias e coletividades que se desenvolvem na cidade.

## Tambores da Esperança – Wagner Calmon Barbosa

A capoeira é um instrumento de economia criativa. Estamos promovendo a economia criativa e solidária, a partir das vertentes da alimentação, vestimenta, educação, cultura e arte. Articulando uma rota de polinização cultural e de artes do ES.

## Coletivo ACALME – Celia Regina Fontes

Temos o LIVRO como uma tecnologia social que pode transformar a realidade da pessoa, bem como a utilização da literatura (escrita criativa, mediação das mais variadas maneiras de leitura e incentivo à escrita e leitura), como estratégia de cuidado em saúde mental, num espaço diferenciado: “Livroterapia de Cria”.



# Vozes DOS COLETIVOS



## Espaço Cultural Kasa Raiz - Erik Zibral e Stephanie Reis

Somos um espaço cultural e bistrô que desenvolve cineclubes, artesanato e rodas de conversa. Essa pluralidade de ações é o que sustenta e dá vida ao nosso coletivo. Compreendemos a economia criativa como espaço de comunhão da diversidade, sustentabilidade, gastronomia e moda.



## Coletivo Cultura Bethânia - Drica Coelho

O coletivo é comprometido com a transformação social e cultural das crianças, adolescentes e jovens. Somos diversos, valorizamos a conexão com outros coletivos para levar melhorias a comunidade, por meio de cinema, slam, cultura e arte.

# SUMÁRIO

13

Breve análise histórico-comparativa: A formação do campo da “Economia Criativa” no Brasil

22

Ciência Aberta para pensar setores na economia criativa

25

Economia Criativa de base comunitária em periferias urbanas: O caso de Jesus de Nazareth em Vitória/ES

34

A dimensão econômica da criatividade  
O impacto das múltiplas realidades regionais e locais sobre a mensuração da economia criativa

38

Parcerias formais e informais entre as organizações que compõe o ecossistema capixaba de inovação

43

**Systema**

# BREVE ANÁLISE

histórico-comparativa:

A formação do campo  
da “Economia Criativa”  
no Brasil

**Orlando Lopes Albertino**

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

**Robson Malacarne**

Instituto Federal de Educação, Ciência e  
Tecnologia do Espírito Santo - Ifes

Publicado originalmente em ALBERTINO, Orlando Lopes, MALACARNE, Robson, LOPES, Leonardo, SILVA, Nathália B. Procópio da. Economia Criativa e Inovação: perspectivas de aporte para a política de desenvolvimento regional no ES. SANTOS, Leonardo Bis dos, MALACARNE, Robson.(Orgs.). DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL: revisar conceitos para construir novas alternativas. Ed. CRV, 2020.

**A**cionando referenciais com diferentes perspectivas econômicas não-hegemônicas - como as da experiência, do conhecimento, da cultura - a Economia Criativa é uma abordagem holística e multi-, inter- e transdisciplinar que estabelece interfaces entre “economia”, “arte”, “cultura” e “tecnologia” (REIS, 2008). Ela engloba, nesse modelo, setores “cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (MINC, 2012). Tal definição demanda aprofundamentos, críticas e revisões que levam a expectativas por mudanças de paradigmas na relação entre “labor” e seus produtos, meios e efeitos, tanto em escala “macro” quanto “microeconômica”, preferencialmente mudanças graduais ou, ao menos, com o menor custo e impacto negativo possível.

A “Economia Criativa” é em grande parte um desdobramento do pensamento econômico desenvolvimentista, acomodando naturalmente uma aceitação da “inovação” como fator regular da produção, da geração de renda e do consumo, mas colaborando ao mesmo tempo para a redução das desigualdades sociais e para a promoção do “Bem-Estar” social (FREITAS, 2019). Definir o “campo econômico da criatividade” é mergulhar em uma infinidade de conceitos e abordagens que ao longo das últimas décadas têm sido pautados em programas e políticas mundo afora, balizados por contextos econômicos, sociais e culturais muitas vezes radicalmente distintos, outras vezes nem tanto assim. Em sua concepção mais comumente encontrada, ela tem sido identificada com o setor econômico baseado no “capital cultural” e no “capital intelectual”, tanto formados quanto acionados nas atividades que se utilizam “criatividade”, “competências” e “habilidades” para geração de “valor” - não mais necessariamente um “valor financeiro” ou, pelo menos, imediato.

A forma atual da “Economia Criativa” remonta a discussões iniciadas ainda no alvorecer do Iluminismo. Para o nosso contexto, seus desdobramentos mais próximos são aqueles apresentados e discutidos por teóricos do século XX, principalmente o desenvolvimentista, na sua primeira metade, e “neodesenvolvimentista” (BRESSER-PEREIRA, 2019/2020), já no movimento de passagem para o século XXI, e para o “milênio”. A versão mais recente do pensamento econômico sobre a “criatividade” surge de uma contraposição entre duas “matrizes”, duas propostas de “política cultural” e dois documentos originais que expressam não um, mas dois “ideários”, um proposto no Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy (Austrália, 1994), e outro expresso no Creative Industries Mapping Documents (Inglaterra, 1998).

O Brasil iniciou sua aproximação buscando uma síntese entre esses dois documentos, no período de implementação do “Plano Nacional de Cultura Viva” (2010), entre 2004 e 2014, mas o processo de síntese das duas propostas parece ter gerado uma “disputa de narrativas” no centro de decisão política, uma disputa que ganhou a já aludida adesão inesperada de setores que “nunca” se preocuparam com a criatividade, como as federações de comércio e de indústria, influenciando numa tendência para a progressiva afirmação do “modelo inglês” e para o eclipse do “modelo australiano”. As experiências internacionais acionam novos modelos de geração de emprego, renda e desenvolvimento econômico, quase sempre repetindo (de forma mais ou menos consciente) a confusão entre “economia” e “monetarismo”: os casos da Austrália, do Reino Unido, de Portugal, da Coreia do Sul, entre outros, indicam o tipo de política e estratégia adotada.

No que diz respeito ao contexto capixaba, a “Economia Criativa” pode ser recuperada como discurso em documentos produzidos pelos governos federal e estadual, em entrevistas com atores-chave dessa política pública. De forma geral, as propostas manifestam um caráter “transversal” (a “criatividade” encontra-se concentrada ou dispersa numa infinidade de ambientes e contextos produtivos) e sempre propondo uma conexão com o contexto local, por meio de novos dispositivos legais e administrativos, como a criação de fontes de financiamento, o fomento ao desenvolvimento de ambientes negociais, a conexão entre os agentes institucionais e organizacionais visando quase sempre ao delineamento de políticas amplas, pretensamente capazes de atender a todos os segmentos da área.

## A CRIATIVIDADE COMO FATOR ECONÔMICO

Contudo, e atentando para uma premissa básica do universo jurídico, a proposição de uma lei (ou de qualquer outro instrumento legal) precisa atender a alguns requisitos, por exemplo o atendimento ao “princípio cognitivo do dever” (HECK, 2007, p. 27) que a justifica e estabelece (PINHO, 2019). A definição de um “objeto cognitivo” para a “Economia Criativa” é uma etapa fundamental de seu processo legal e, por consequência, político, ainda antes de se colocar em questão a implicação dessa cognitividade no domínio propriamente “econômico”, mas é esse o ponto que mais diretamente nos interessa: o da possibilidade de reconhecimento e instrumentalização da “criatividade” como um “fator econômico” .

Uma política consistente e efetiva da “Economia Criativa” não poderá escapar aos seus próprios termos, e deverá sustentar-se - cognitivamente - nos domínios

das “ciências da Economia” e das “ciências da Criatividade”. Não parecendo haver dúvidas sobre o potencial de “competitividade”, de “geração de renda”, de “inclusão socioeconômica” dado na vinculação ao “desenvolvimentismo”, sobre o segundo par natureza se pairar uma espécie de sombra ou de tabu - pois evita-se a todo custo falar diretamente sobre a “criatividade”, exceto como um fato já consumado ou docilmente integrado ao modo de produção e ao plano de negócios.

Uma proposta consistente de “teoria da Economia Criativa” deverá, em algum momento, considerar a projeção da “criatividade” como uma forma ou elemento incidente sobre o conjunto do pensamento (econômico), de constituições “imaginárias” sobre a estruturação e o funcionamento de sistemas simbólicos (que geram/regulam cognições, representações sociais, valorações), e sobre as propriedades e os atributos materiais disponíveis em contextos e situações de significação empíricos ou hipotéticos. A “criatividade” é uma espécie de “modulador de comportamentos” agindo de forma distinta (mas simultânea) em três instâncias: a individual, das pessoas “em particular”, e destas atuando em grupos e instituições.

Assim, a “criatividade” (uma potência a ser disponibilizada sempre que possível para a “ação produtiva”, portada em corpos humanos ou materializada como dispositivo material ou virtual de automação) acaba sofrendo um processo de “oscilação”, passando desde o “acionamento de interesse pessoal” até o “acionamento de interesse institucional” e nesse movimento o mesmo “ativo” (a “criatividade”) alcança duas escalas de valor que num primeiro momento são antagônicas e contraditórias entre si.

A “fatorialidade econômica” da “criatividade” pode acontecer segundo duas grandes perspectivas (ou seja, dois “pontos de partida” distintos), cujos contornos podem ser definidos como “microeconômicos” (ou seja, ligado a comportamentos “internos”, “locais” dos agentes econômicos) e “macroeconômicos” (mais ligado a ideia de comportamentos ou relações “externas”, “globais” dos agentes). Normalmente associadas à identificação de questões econômicas e políticas específicas, esses termos podem talvez ser entendidos como “dinâmica microeconômica” (ocupada com as “espécies” de um “ecossistema econômico” formado por indivíduos e grupos em processos socioeconômica “endógenos” de interação, no qual as “partes” se “confundem” com o “todo”) e “macroeconômica” (no qual emerge um sentido de totalização das partes em relação ao conjunto mais amplo, uma espécie de sentido de “individuação” e de contraposição entre as partes) da “criatividade”, tal como na analogia adotada por Carlos José Caetano Bacha, em sua Macroeconomia aplicada à análise da economia brasileira (2004).

A falta de clareza no reconhecimento dessa fatorialidade (ou melhor, de seu caráter oscilatório) no momento de concepção das políticas públicas leva seus instrumentos a uma espécie de impasse cognitivo, com a sobreposição (e o risco de imobilização do projeto político) de distintos elementos e interesses subjetivos na síntese de um mesmo objeto cuja validade ainda está sendo estabelecida. As “propriedades endogênicas” da “criatividade” tendem a ser compatíveis com dinâmicas de grupo identificadas com finalidades “comunitárias”, tais como “solidariedade” e “compartilhamento”, tão referidas nos domínios do “ativismo”, mas tão pouco exploradas nos domínios da “gestão”.

Nesse modelo, a “criatividade” pode atuar como um indutor ou potencializador de comportamentos ou dinâmicas ligadas, por exemplo, ao Protagonismo /à Colaboração / Cooperação e ao Compartilhamento / Solidariedade, permitindo uma projeção e afetação positiva sobre ações e iniciativas de geração de renda e ocupacionais em âmbito local e regional, além de acomodar confortavelmente estratégias de transferência de conhecimento. Finalmente, aquilo que podemos identificar como “propriedades exógenas” da “criatividade” parecem associáveis aos princípios de competitividade e de compliance, invertendo as dinâmicas comportamentais, que deixam de ser vistas como um “bem comum” a todos e passam a ser consideradas “diferenciais” e, portanto, valores a serem restringidos e protegidos dos demais atores do cenário/ecossistema econômico.



# REFERÊNCIAS

ARANGO RINCÓN, Mónica. El discurso del poder como urdimbre en la cultura política. *Revista de Culturas y Literaturas Comparadas*, [S.l.], v. 7, dec. 2017.

BACHA, Carlos José Caetano. *Macroeconomia aplicada à análise da economia brasileira*. São Paulo: Edusp, 2004.

BARBOSA, L. *Cultura de Negócios: Ambiguidades e Contradições*. *RAE*, v. 42, nº4, pp. 106-109. 2002.

BERNARDO, F. A ética da hospitalidade ou o porvir do cosmopolitismo por vir. *Revista Filosófica de Coimbra*, n.20, 2001.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. *Nosso futuro comum*. 2ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1991.

CORRÊA, José Carlos Severo; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima; KIST, Rosane Bernardete Brochier. Sobre o conceito de desenvolvimento regional: notas para debate. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, [S.l.], v. 15, n. 7, dez. 2019.

DERRIDA, J. *Força de lei*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

\_\_\_\_\_. *Margens da filosofia*. São Paulo: Papyrus, 1978.

\_\_\_\_\_. *Papel-Máquina. Liberdade*, 2004.

FÁVERO, Leonor Lopes, KOCH, Ingedore G. Villaça. *Linguística textual: introdução*. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

FONSECA, Claudia. *Classe e a recursa etnográfica*. FONSECA, Claudia, BRITES, Jurema. In: *Etnografias da participação*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

FREITAS, Maria Thereza. *A agenda da economia criativa : perspectivas para o estado de Minas Gerais à luz de experiências internacionais*. Monografia de Especialização. Orientador. Alexandre Queiroz Guimarães. Blo Horizonte: Fundação João Pinheiro / Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, 2019.

FUKUSHIMA, Kátia Alves. Os impasses à democracia participativa nos governos de esquerda: os casos do Brasil, do Chile e da Venezuela. *Colomb. int.*, Bogotá , n. 98, p. 105-135, Apr. 2019.

HCK, José N. *Da razão prática ao Kant tardio*. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.

HUGO, Matheus Silveira. *Da língua ao discurso: um percurso teórico acerca da ambiguidade e seus modos de representação*. Dissertação. Orientadora: Ana Zandwais. Porto Alegre-RS: PPGL/UFRGS, 2014.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL E INDUSTRIAL DO ESPÍRITO SANTO - IDEIES. *Setores portadores de futuro para o Estado do Espírito Santo 2035*. Espírito Santo: IDEIES, 2018.

MACEDO, Fernando César de; PORTO, Leonardo. Existe uma política nacional de desenvolvimento regional no Brasil?. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, [S.l.], v. 14, n. 2, abr. 2018.

MARTINEZ, Cláudia Eliane Parreiras Marques. *Cinzas do passado : cultura material, riqueza e escravidão no Vale do Paraopeba/MG (1831/ 1914)*. Londrina-PR: Eduel, 2018.

MEIRA, Ana Cláudia Hebling; ALMEIDA, Jalcione. O mito do desenvolvimento no litoral sul do Espírito Santo, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, Campo Grande , v. 19, n. 2, p. 439-453, June 2018 .

NASCIMENTO, Evando. *Derrida*. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

PINHO, Samara de Oliveira. A relação entre ciência jurídica e ciências cognitivas e influência na fundamentação decisória. GT9 - Direitos fundamentais processuais e efetividade das técnicas judiciais de proteção dos direitos fundamentais. Anais da VI Jornada de Direitos Fundamentais. v.2, 2019.

PITA, Sara Pita, PINTO, Rosalice. Construção dos ethè em discursos políticos em Portugal e no Brasil: um estudo comparativo. Revista de estudos do discurso, n. 3, 2014.

TRAVERSO-YEPEZ, Martha. Os discursos e a dimensão simbólica: uma forma de abordagem à Psicologia Social. Estud. psicol. (Natal), Natal, v. 4, n. 1, p. 39-59, June 1999.

RIBEIRO, Sérgio. Não à moeda única: um contributo. CIDADE: Avante, 1997.

RUTH, D. Frameworks of Managerial Competence: Limits, Problems and Suggestions. Journal of European Industrial Training, 30 (3), 206-226. 2006.

SUTTON-SMITH, Brian. A ambiguidade da brincadeira. Trad. Vera Joscelyne. Petrópolis-RJ: Vozes, 2017. (Col. Clássicos do Jogo.)

SPRINGETT, S. (2003). An 'Incitement to discourse': Benchmarking as a springboard to sustainable development. Business Strategy and the Environment, v.12, nº2, pp. 1-11.

TANAKA, J., & Portilho, F. (2019). Ambiguidades da politização do consumo: o caso do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) na cidade do Rio de Janeiro. Raízes: Revista De Ciências Sociais E Econômicas, 39(2), 344-358.



# CIÊNCIA ABERTA E ECONOMIA CRIATIVA

Discussões e princípios  
para a criação de  
um observatório da  
Economia Criativa no  
Espírito Santo

**Victor Nunes Toscano**

Secretaria de Trabalho, Assistência e  
Desenvolvimento Social

A ciência aberta é um modelo colaborativo de pesquisa que promove a transparência, o acesso aberto e a participação ativa de diversos atores na produção de conhecimento científico. Essa forma de produção de conhecimento surgiu em contraposição ao movimento de várias revistas científicas impor barreiras para o acesso aos artigos e descobertas. As restrições impostas por estes veículos de divulgação científica, ampliam as desigualdades existentes na comunidade acadêmica, privilegiando comunidades de pesquisa com maior poder econômico.

Na contramão da prática restritiva do conhecimento, o conceito de ciência aberta pode ser particularmente benéfico na concepção de um Observatório da Economia Criativa. É importante lembrar que a Economia Criativa, enquanto campo de estudo tem se consolidado através de sua diversidade de interpretações. Várias instituições e organizações já se debruçaram para a delimitação conceitual e analítica iniciada em países como Inglaterra e Austrália, apontando para direções na maioria das vezes complementares. Na maioria das vezes tais elementos conceituais foram pensados em contexto muito particulares dos países de origem, e não podem ser adaptados sem uma reflexão e análise profunda.

A defesa principal deste texto é que se utilizarmos os princípios da ciência aberta na concepção o Observatório da Economia Criativa isso poderá trazer as forças e as condições para se pensar na realidade das comunidades nas quais irá atuar. Serão detalhados os principais argumentos a seguir.

Em primeiro lugar, a promoção do compartilhamento livre de informações e conhecimento, impulsiona a inovação nos diversos segmentos criativos. A divulgação de resultados constrói confiança entre participantes ao enfatizar a transparência e o respeito à propriedade intelectual. O uso de licenças de código aberto, como Creative Commons, é uma saída jurídica que permite que criadores compartilhem suas obras para uso e adaptação. Ao adotar a facilidade no acesso a informações como princípio do Observatório de Economia Criativa, cria-se as condições para a criação e desenvolvimento de análises que apoiam a formulação e condução de políticas públicas de forma transparente, informando e orientando todos os envolvidos no setor.

A relação de confiança é mediada pelas regras estabelecidas para própria construção do conhecimento, que apesar de diminuir as barreiras à contribuição, não significa sacrificar o rigor das análises. Defende-se que o estudo ou pesquisa seja conduzida de forma cuidadosa, respeitando o histórico de contribuições no campo. A participação ativa da comunidade, incluindo acadêmicos, profissionais, empreendedores e outros interessados permite que as vozes e perspectivas de diversos segmentos sejam ouvidas e consideradas na produção dos estudos, com conclusões ou considerações mais abrangentes e coerentes com a realidade local.

Como um elemento importante à construção de conhecimento, a coleta e análise de dados desempenham um papel fundamental na formação do Observatório da Economia Criativa. A ciência aberta incentiva a disponibilização de dados de pesquisa, com documentação apropriada e reprodutibilidade dos estudos, de modo que qualquer pesquisador possa chegar aos mesmos resultados publicados e adaptá-los à sua realidade. Muitos pesquisadores estão compartilhando seus dados de pesquisa em repositórios de dados abertos. Eventos como hackathons e competições de dados utilizam-se desses repositórios para promover a inovação e a colaboração para a solução de problemas reais, reunindo pessoas de diferentes áreas para trabalhar em projetos criativos e muitas vezes resultam em soluções muito mais completas do que se fossem resolvidas pelos métodos tradicionais.

Ademais, o campo da Economia Criativa é interdisciplinar por natureza, e envolve diversas disciplinas, tais como: economia, arte, design, tecnologia e ciências sociais. O desenvolvimento de uma plataforma de colaboração entre pessoas de diferentes campos, permite também abordagens inovadoras, ampliando o espectro de atuação sobre a realidade. Existem plataformas que oferecem recursos para o acompanhamento das pesquisas a partir dos princípios da ciência aberta. A Open Science Foundation (OSF), por exemplo, disponibiliza um conjunto de ferramentas que auxilia a colaboração entre pesquisadores da área, com uma estrutura (framework) de regras e critérios que irão guiar a produção científica aberta.

Os argumentos e exemplos mencionados acima, ajudam a pensar quais diretrizes seriam mais adequadas para a estruturação do Observatório da Economia Criativa no Espírito Santo. O objetivo é, portanto, de catalisador de informações, metodologias e dados a partir de uma lógica colaborativa e de co-criação de conhecimento e saberes. A profusão destes conhecimentos pode representar um passo importante para o desenvolvimento sustentável e humanizado das comunidades criativas capixabas.

# ECONOMIA CRIATIVA DE BASE COMUNITÁRIA EM PERIFERIAS URBANAS

O caso de Jesus de  
Nazareth em Vitória/ES

**Leonardo Bis dos Santos**

Instituto Federal de Educação, Ciência e  
Tecnologia do Espírito Santo - Ifes

O conceito de comunidade pode abarcar um amplo conjunto de condições. Noção de pertencimento, compartilhamento de experiências e elementos culturais são alguns desses aspectos, que vão influenciar a relação com outros grupos. Essas características, por sua vez, criam outros conjuntos de condições que afetam a atração ou a rejeição de outras comunidades.

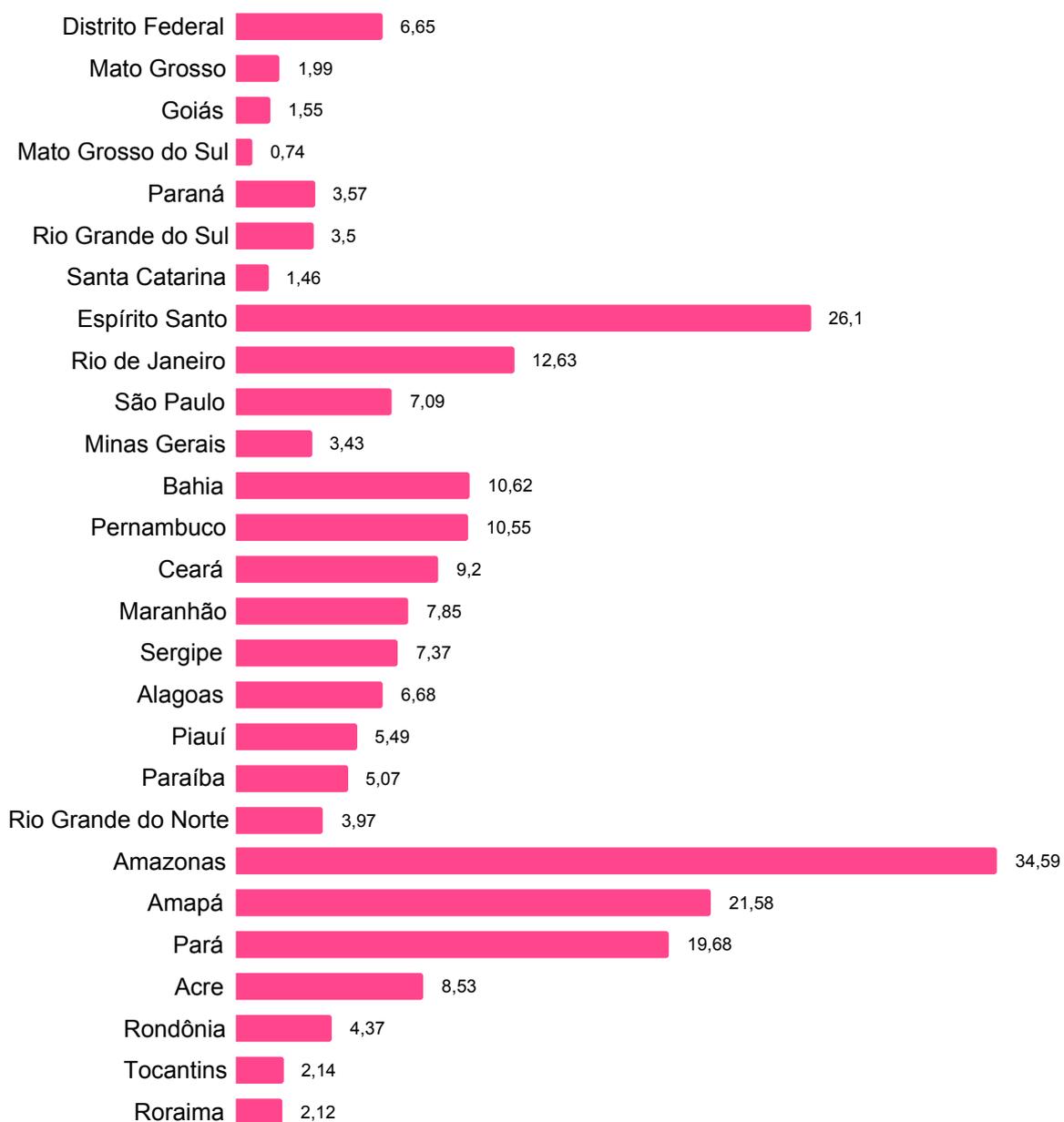
Comunidade, ainda, pode se referir a um conjunto de pessoas que, eventualmente podem nem se conhecer pessoalmente – assim são muitas das comunidades virtuais que se utilizam de avatares para intermediar suas relações humanizadas. Mas, por outro lado, comunidade pode representar um recorte geográfico, onde a despeito das relações de conflito mais vívidas (a liberdade de escolha de participar de uma comunidade territorializada é menor que a escolha de participar de uma comunidade rede, influenciando na quantidade e na qualidade dos conflitos sociais em seu interior), há fortes componentes de conexão.

Nesse sentido, nos interessa essa segunda abordagem do conceito de comunidade. Aquela que é aterrada, se baseia em um território. Mais especificamente interessa territórios periféricos em contextos urbanos. Assim, tem nos guiado em nossas pesquisas a relação entre economia criativa potencial e real e periferias urbanas. Destaca-se que as periferias urbanas abrigam grande percentual das famílias brasileiras, segundo dados do IBGE (2020). O estado do Espírito Santo, nesse contexto, apresenta o segundo maior percentual de domicílios localizados em aglomerados subnormais (figura 1), que são caracterizados por serem formas:

“de ocupação irregular de terrenos de propriedade alheia (públicos ou privados) para fins de habitação em áreas urbanas e, em geral, caracterizados por um padrão urbanístico irregular, carência de serviços públicos essenciais e localização em áreas que apresentam restrições à ocupação.

No Brasil, os Aglomerados Subnormais podem ser conhecidos por diversas denominações: favela, invasão, grota, baixada, comunidade, mocambo, palafita, loteamento, ressaca, vila, etc. As denominações e características territoriais variam regionalmente.” (IBGE, 2020)

## Percentuais de domicílios localizados em aglomerados subnormais por estado



**Figura 1** – Percentuais de domicílios localizados em aglomerados subnormais por estado. Fonte: IBGE, 2019.

Se considerados apenas os municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória, que abriga cerca de 48% da população de todo estado (IBGE, 2023), quatro dos 7 municípios que a compõem possuem os maiores percentuais entre seus grupos separados por número de habitantes – figura 2 e figura 3.

Município	Quantidade de domicílios ocupados em Aglomerados Subnormais	Domicílios ocupados em Aglomerados Subnormais em relação ao total de domicílios ocupados
Viana (ES)	13.154	68,93%
Benevides (PA)	8.647	42,73%
Laranjal do Jari (AP)	2.913	34,56%
Bayeux (PB)	9.306	33,15%
Moreno (PE)	5.564	31,06%

**Figura 2** – Estimativa de domicílios ocupados em Aglomerados Subnormais, segundo municípios entre 350 mil e 750 mil habitantes – Maiores proporções em relação ao total de domicílios ocupados, em 2019.

Município	Quantidade de domicílios ocupados em Aglomerados Subnormais	Domicílios ocupados em Aglomerados Subnormais em relação ao total de domicílios ocupados
Cariacica (ES)	66.941	61,07%
Ananindeua (PA)	76.146	53,51%
João de Deus (PE)	84.091	36,65%
Serra (ES)	55.126	36,31%
Vitória (ES)	34.393	33,16%

**Figura 3** – Estimativa de domicílios ocupados em Aglomerados Subnormais, segundo municípios entre 50 mil e 100 mil habitantes – Maiores proporções em relação ao total de domicílios ocupados, em 2019.

Essas comunidades, em ambientes urbanos, que agregam a maior parte dos domicílios indicados nos dados do IBGE, são vistas pelo senso comum apenas a partir das ausências – de políticas públicas, de infraestrutura, de serviços e até mesmo de afetividades positivas. Contudo, não seria possível identificar, além das deficiências e ausências percebidas pelo senso comum, potencialidades nas periferias urbanas da Grande Vitória? Ou ainda, para além das potencialidades, que ficam no plano do futuro, no presente não há manifestações de economia criativa nessas periferias urbanas?

Responder essas e outras perguntas depende essencialmente de qual conceito de economia criativa vamos abordar. Se tomarmos como pressuposto básico que a economia criativa exige a “emissão de notas fiscais”, numa alusão à circulação monetária e como evidência de geração de riquezas, certamente teremos mais dificuldades em defender sua existência nas periferias. Afinal, a incidência de informalidade nas comunidades urbanas é bastante significativa nas relações produtivas. Serviços de construção civil (pedreiros e ajudantes), costura, alimentos (padarias, restaurantes, marmitas e demais alimentos preparados nas próprias residências) são exemplos de setores que movimentam a economia nas periferias, mas que não emitem notas fiscais... Sabe-se, também, que nem todas essas atividades mencionadas envolvem criatividade.

Temos assim um duplo desafio: discutir o conceito de economia criativa e desenvolver metodologias de análise em casos em que não há emissão de nota fiscal.

Para o primeiro desafio, destacamos que em poucas palavras não é possível uma definição. Defendemos que o conceito de economia criativa está em constante construção e em disputa. Nesse sentido, destacamos a discussão proposta por Leitão (2023), amparada pelas ideias de Celso Furtado, sobre o direito à criatividade. Ao citar textualmente o expoente economista, descreve que “a criatividade é uma invenção da cultura”. E continua citando Furtado ao afirmar que “o que importa é identificar o espaço dentro do qual se exerce a criatividade, concebida no seu sentido amplo de invenção da cultura” (FURTADO apud LEITÃO, 2023, p. 33).

Leitão (2023) conclui que valores culturais, que inspiram a criatividade na sua essência, podem gerar dependência e alienação – quando privilegiam a acumulação e a dominação – ou autonomia, empoderamento e emancipação quando operadas sob bases de solidariedade, de bem viver e do bem comum.

Destacando 1) a perspectiva de Furtado, considerando 2) a criatividade como um elemento inerente à cultura, 3) amparados nas conclusões de Leitão de que a cultura pode nos levar tanto à alienação quanto à emancipação e 4) refutando a ideia de que a economia criativa é aquela que gera “nota fiscal”, realizamos uma imersão à uma comunidade da periferia urbana de Vitória/ES para analisar as manifestações de criatividade e sua relação com a economia do lugar.

Sabemos que o esforço acima destacado ainda nos mantém distantes de uma definição de economia criativa. Contudo já nos direciona para estabelecer um estudo de caso. Sabe-se também que os estudos de casos isolados perdem, em grande medida, seu potencial comparativo – criando obstáculos às análises macrossociais a partir de bancos de dados mais gerais. Por outro lado, possuem

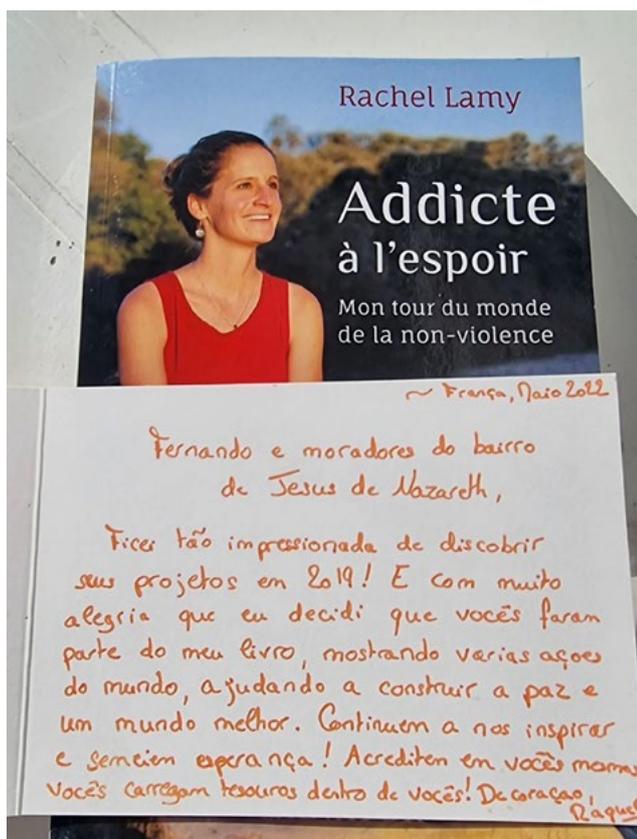
como virtude o aprofundamento analítico – e esse é substancial para alterações de definições conceituais.

Assim, tomamos como caso a comunidade de Jesus de Nazareth, em Vitória. Um bairro formado a partir dos processos de aterros realizados entre a Curva do Saldanha da Gama e o local onde atualmente se encontra edificado o Shopping Vitória (o mais antigo da capital). Essas intervenções urbanas se iniciaram na década de 1950, quando a formação rochosa passou a ser ocupada por trabalhadores e trabalhadoras com baixa qualificação profissional e poucos recursos.

Desde então, a história da comunidade é recheada de eventos de resistência e criatividade, na luta diária pela existência material e simbólica dos seus moradores. Dois desses movimentos são representados pelo Tour no Morro e pela RL Eventos.

O Tour no Morro, pelo menos desde 2017, quando iniciamos projetos de pesquisa aplicada e intervenções sociais (projetos de extensão acadêmica), desenvolve estratégias de turismo de base comunitária (modalidade onde o turista vivencia a comunidade visitada, em que as vivências culturais e a beleza cênica do lugar são apresentados – a comunidade se organiza para receber os visitantes, oferecendo serviços como guiamento, alimentação e experiências locais).





**Imagem 1** – Fernando Martins, conduzindo grupo de turistas em Jesus de Nazareth. Foto do autor

Suas atividades vêm recebendo turistas de várias partes do país e mesmo estrangeiros que visitam Vitória e procuram serviços profissionais de Guia de Turismo.

**Imagem 2** – Carta enviada juntamente com seu livro, da escritora francesa Rachel Lamy, após fazer o Tour no Morro. Imagem de junho de 2022. Fonte: Ins-



tagram @tournomorro.fernandomartins [https://www.instagram.com/p/CelssN3rXju/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/CelssN3rXju/?img_index=2)

O Tour no Morro também inspirou a abertura do Art's Tour, espaço para exposição de artesanatos e demais produtos produzidos em Jesus de Nazareth ou tendo o território como inspiração.

**Imagens 3 e 4** – Produtos produzidos a partir de referências do bairro. Fotos do autor.

O turismo de base comunitária, modalidade que caracteriza o Tour no Morro, envolve a comunidade em diversos sentidos. Seja na geração de renda a partir de outras produções de bens e serviços, como o Art's Tour, mas também a produção de sentidos – valorização da cultura local, como instrumento de emancipação.

Assim temos desde a pintura de escadarias e de murais na entrada do bairro, em prédios públicos e espaços privados. A comunidade se movimenta para exercer autonomia para contar a sua própria história a partir de seus artistas, em um



processo de sucessão que envolve as próximas gerações. Dessa forma busca também romper com estereótipos de lugar onde só há violência, e torna o bairro atrativo para visitantes – retroalimentando possibilidades criativas a partir da criatividade na arte.

**Imagens 5** – Pintura de painel no muro da EMEF Edna de Mattos Siqueira Gaudio, em referência à expoentes negros, internacional, nacional, estadual e local. ImageM de fevereiro de 2022. Fonte: Instagram @tournomorro.fernandomartins [https://www.instagram.com/p/CaNycoDvCjC/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/CaNycoDvCjC/?img_index=2)

Destacam-se ainda as ações realizadas pela equipe RL Eventos. Muitas de suas ações são desenvolvidas conjuntamente com a marca Tour no Morro. Em 2019, em uma das maiores ações desenvolvidas pela parceria, a seleção holandesa de futebol sub-17, que estava no Espírito Santo para participar de um campeonato mundial, fez uma visita à comunidade, o que causou grande mobilização e contribuiu para atrair visitantes (ver notícia publicada na época: <https://www.agazeta.com.br/esportes/futebol/jogadores-da-holanda-visitam-comunidade-de-jesus-de-nazare-em-vitoria-1019>)



**Imagens 6** – Cineclube em espaço público em Jesus de Nazareth. Imagem de fevereiro de 2020. Fonte: Instagram @tournomorro.fernandomartins [https://www.instagram.com/p/B8C-QwRyDShM/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/B8C-QwRyDShM/?img_index=3)

Os processos criativos em Jesus de Nazareth são fomentados desde a infância e os grupos organizados do bairro – além do Tour no Morro e do RL Eventos há outros coletivos de destaque – estabelecem ações nesse sentido.

Essas são apenas algumas das várias ações que envolvem criatividade, cultura local e empreendedorismo social, que foram realizadas por moradores da comunidade de Jesus de Nazareth. Corrida das Escadarias, Campeonato de Basquete 3 × 3, Festa do Vinil e mais recentemente o Festival de Pescado e Frutos do Mar de Jesus de Nazareth são outras ações que se incluem no escopo desta discussão que envolve criatividade e geração de riquezas. Mais especificamente para uma comunidade de periferia urbana.

Sabe-se das dificuldades de se estabelecer uma rotina de pesquisas qualitativas que envolvam um recorte territorial amplo. Contudo, o que fica demonstrado aqui é a necessidade de avançarmos em metodologias que consigam atingir a complexidade e diversidade que são requeridas no campo da criatividade.

## REFERÊNCIAS

IBGE. Aglomerados subnormais 2019: classificação preliminar e informações de saúde para o enfrentamento à COVID-19. Rio de Janeiro: 2020. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101717\\_apresentacao.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101717_apresentacao.pdf)

LEITÃO, Cláudia Sousa (org.). Criatividade e emancipação nas comunidades-rede: contribuições para uma economia criativa brasileira. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2023.

# A DIMENSÃO ECONÔMICA DA CRIATIVIDADE

O impacto das múltiplas realidades regionais e locais sobre a mensuração da economia criativa

**Karina Ruiz**

Pesquisadora de Economia Criativa e Trainee de Gestão Pública na Secretaria da Cultura do Estado do Espírito Santo pela Vetor Brasil

**A** Economia Criativa é um conceito usado para tratar de atividades econômicas que têm a criatividade - seja ela artística, científica ou empreendedora - como elemento central. Dessa forma, abarca desde segmentos da cultura, como as artes cênicas e a música, até segmentos como gastronomia e Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Esta abordagem ampliada do conceito se relaciona ao caráter operacional que marca seu surgimento: sua origem remete a meados da década de 1990, quando Austrália e Reino Unido passam a entender as então chamadas indústrias criativas como um vetor de desenvolvimento socioeconômico de seus países e, portanto, como algo a ser fomentado por meio de políticas públicas específicas.

Assim, a ideia de Economia Criativa vem com uma preocupação em demonstrar a importância e, especialmente, o valor econômico da criatividade e da cultura. Uma das principais ferramentas existentes para isso é o Produto Interno Bruto, indicador que permite mensurar e comparar setores e economias. De forma direta, o PIB busca representar a soma de toda a produção a preços de mercado de um país, região ou setor, durante um determinado período de tempo.

Este recorte “a preços de mercado” também indica um dos principais limites do indicador: nem tudo aquilo que é produzido entra no cálculo do PIB. O trabalho doméstico não remunerado, a produção para subsistência e outros trabalhos informais são exemplos de atividades não contabilizadas nas contas nacionais.

Estima-se que 60% da atividade econômica mundial ocorra na informalidade, particularmente significativa em economias em desenvolvimento (DINARDI, 2020; NIENOW, MASSUQUETTI, 2017). Conforme dados do Observatório Itaú Cultural (2023), em fins de 2023 os trabalhadores informais representavam 39% da força de trabalho brasileira. Nos segmentos criativos, representavam 38%.

Dessa forma, como captar o valor econômico da Economia Criativa e o que medir para captar este valor são questões em constante discussão e construção. O artigo “O processo de construção do PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas”, publicado junto a Gustavo Möller, Leandro Valiati e Filipe Lang (2023) traz contribuições para esse debate. O trabalho resulta de duas consultas realizadas junto a especialistas internacionais e nacionais para mapear os desafios e as especificidades relevantes ao setor e ao caso brasileiro.

Primeiramente, quatro especialistas internacionais debateram sobre aquilo que consideram essencial para entender o setor e seu futuro, incluindo aspectos não mensurados pelas técnicas tradicionais de mensuração do valor econômico da criatividade. Suas discussões giraram em torno dos impactos da digitalização do setor e dos desafios de mensuração daí derivados, como a existência de mundos virtuais, a exemplo do metaverso, e especificidades do comércio digital de bens e serviços criativos.

Em um segundo momento, especialistas brasileiros foram consultados por meio da aplicação do método Delphi. Este método é utilizado para mapear consensos e dissonâncias, e foi aplicado por meio de dois questionários, ambos on-line, de participação voluntária, individual e anônima. Enquanto os especialistas internacionais - todos de países centrais - daram ênfase às questões relacionadas à digitalização, a maior preocupação dos especialistas brasileiros estava na necessidade de captar informações sobre o trabalho informal e aspectos a ele relacionados, como a polivalência dos trabalhadores criativos - que precisam assumir funções diferentes e simultâneas em seu dia-a-dia - e a intermitência do trabalho criativo.

Em segundo lugar, os especialistas apontaram a importância de empregar instrumentos de mensuração capazes de captar as diferentes realidades regionais e locais do país. Como captar, por exemplo, o custo amazônico para a produção de festivais de teatro? Ou, ainda, como reconhecer e incluir nas mensurações atividades culturais de baixo ou nenhum valor de mercado?

Na sequência, os especialistas expressaram preocupação em criar instrumentos e medidas capazes de captar as dinâmicas socioeconômicas do setor. Isso é: captar elementos relacionados à democratização do acesso e da produção cultural, às disparidades de gênero e raça/cor, à mobilidade social e à distribuição - ou concentração - de renda do setor.

Por fim, cabe destacar uma preocupação metodológica levantada por eles: a importância de realizar mensurações recorrentes que permitam acompanhar as dinâmicas do setor. Aqui, há um dilema entre desenvolver instrumentos de mensuração específicos, capazes de captar realidades locais mas limitados para comparações entre diferentes realidades ou mesmo períodos temporais, e utilizar instrumentos mais gerais, com menor riqueza de detalhes mas de uso mais recorrente e comparabilidade facilitada.

A pesquisa aqui apresentada colabora ao trazer elementos que permitem refletir sobre o impacto das diferentes realidades territoriais para a análise e a mensuração econômica da Economia Criativa. Estas diferenças podem ser percebidas nas realidades locais entre os centros e as periferias das cidades; regionais, a exemplo do custo amazônico; e globais, com as diferentes preocupações expressas por especialistas de países centrais e brasileiros. Em comum, contudo, existe a concordância sobre a necessidade de encarar o desafio que é mensurar o valor econômico da Economia Criativa a fim de subsidiar futuras ações e políticas para o setor.

## REFERÊNCIAS

MÖLLER ET AL. O Processo de Construção do PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas. Revista Observatório. Itaú Cultural, 34, 2023. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/secoes/observatorio-itaucultural/revista-observatorio-34-processo-construcao-pib-economia-cultura-industrias>. Acesso em 10 jan. 2024.

NIENOW, M., & MASSUQUETTI, A. O PIB e o mercado de trabalho informal no Brasil. [2017]. Disponível em: [https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/533/2019/05/O\\_PIB\\_e\\_o\\_mercado\\_de\\_trabalho\\_informal\\_no\\_Brasil.pdf](https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/533/2019/05/O_PIB_e_o_mercado_de_trabalho_informal_no_Brasil.pdf) . Acesso em 10 jan. 2024.

OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL. Economia Criativa. 2º Trimestre de 2023: Análise do Mercado de Trabalho da Economia Criativa e notas sobre o emprego nos setores de tecnologia. 2023. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/economia-criativa-2o-trimestre-de-2023-analise-do-mercado-de-trabalho-da-economia-criativa-e-notas-sobre-o-emprego-nos-setores-de-tecnologia>

PRATT, A. C. Cultura and Development: culture in development, or the cultures of development? In: JONES, C.; LORENZEN, M.; SAPSED, J. (eds.). Oxford handbook of creative industries. Oxford: Oxford University Press, 2015, p. 503 - 515.

REIS, A. C. F. (org.). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.

THROSBY, D.. Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.



# PARCERIAS FORMAIS E INFORMAIS ENTRE AS ORGANIZAÇÕES QUE COMPÕE O ECOSISTEMA CAPIXABA DE INOVAÇÃO

**Geovani Alipio Nascimento Silva**  
Instituto Federal do Espírito Santo campus  
Linhares

Uma aliança estratégica é uma relação intencional entre duas ou mais organizações independentes que envolve trocas, compartilhamento ou co-desenvolvimento de capacidades, visando alcançar benefícios mútuos (Gulati, 1995). Neste trabalho, adota-se o termo “parceria” como sinônimo de “alianças estratégicas”, pois transmite de forma mais clara o sentido de relacionamentos colaborativos, formais ou informais.

A relação de parceria fundamenta-se na vantagem colaborativa (Mamédio et al., 2019). A “vantagem colaborativa” refere-se a uma situação vantajosa em que várias organizações, ao trabalharem em conjunto, conseguem alcançar resultados superiores aos que poderiam obter individualmente (Huxham, 1993). Neste sentido, a relação de parceria pode levar a sinergias e a melhores resultados, permitindo que as organizações alcancem objetivos que seriam mais desafiadores ou impossíveis de serem alcançados individualmente (Gulati, 1998).

Embora as organizações persistam em buscar formar parcerias (Zhang & Zhu, 2020), estudos demonstraram que aproximadamente 50% delas falham (Kale & Singh, 2007; Schilke & Goerzen, 2010). Isso destaca as dificuldades envolvidas na construção de parcerias de sucesso e a realidade de que nem todas as organizações possuem habilidades e competências necessárias para maximizar o potencial de criação de valor e inovação de suas estratégias colaborativas (Russo & Cesarani, 2017).

Diante do exposto, como parte de um estudo para entender como as organizações desenvolvem capacidade de aliança operando em ecossistemas de inovação, realizou-se uma pesquisa para mapear as relações de parceria entre as organizações que compõem o ecossistema capixaba de inovação. Inicialmente, foi elaborado um questionário, após uma revisão da literatura sobre os motivos que levam as organizações a formarem parcerias. Considerando que as instituições que compõem um ecossistema são heterogêneas e suas relações distintas, organizou-se o questionário em 05 grupos de organizações (Instituições de ensino; Startups; Grandes empresas; Iniciativas de governo; e Habitats de inovação), podendo cada organização respondente indicar a sua principal relação de parceria, em cada grupo. Após indicar a organização parceira em cada grupo, foi questionado qual o propósito da relação, indicando os principais motivos conforme a revisão da literatura.

A colaboração entre diferentes tipos de organizações em um ecossistema cria um ambiente único e dinâmico para inovações (Jacobides et al., 2018). No entanto, é difícil destacar todas as organizações ou conjunto de organizações que formam um ecossistema, considerando-o como arranjo aberto. Dessa forma, o estudo utilizou o mapeamento dos atores do ecossistema de inovação do Es-

tado do Espírito Santo, com base no levantamento realizado pela Mobilização Capixaba para Inovação-MCI (MCI, 2023). Cerca de 200 organizações, incluindo instituições de ensino, startups, empresas de grande porte e serviços governamentais, fazem parte do Mapa do Ecossistema de Inovação Capixaba. O questionário foi enviado por e-mail eletrônico aos gestores dessas organizações e cerca de 60 responderam.

Os resultados demonstraram, em resumo, que: no eixo “instituições de ensino e pesquisa”, destaca-se que 25% dos respondentes indicaram a Universidade Federal do Espírito Santo-UFES como principal parceiro, seguida dos Instituto Federais de Educação, campus Serra (14%), campus Vila Velha (9%), campus Linhares (7%), campus Colatina (7%) e a UVV (7%). Foi indicado ainda por 9% das organizações respondentes, que não realizaram parceria com instituições de ensino e pesquisa. Entre os principais motivos que levaram a esta relações de parceria, destaca-se o compartilhamento não remunerado de recursos humanos (31%), troca de conhecimentos entre os times das duas organizações (22%), e o desenvolvimento de novos produtos ou processos (16%).

No eixo habitats de inovação, as organizações respondentes indicaram realizar parcerias estratégicas com a TecVitória (18%), FindesLAB (7%) e com 5% apareceram a AGIFES, FUCAPE Hub, Base 27, Incubadora Prosperas, Brooder, Espírito Hub e a Azys Inovação. Entre os principais motivos que levaram a estas relações de parceria, destaca-se a troca de conhecimentos entre os times das duas organizações (21%), o desenvolvimento de novos produtos ou processos (19%), e para captação de recursos (17%). Além disso, 13% indicaram o compartilhamento de espaços físicos como principal motivo para firmar parceria neste grupo.

No eixo startups capixabas, 40% das organizações respondentes indicaram não realizar parcerias estratégicas com startups. Este é um dado preocupante e indica que o ecossistema precisa melhorar a integração e colaboração entre startups. Destaca-se que a Mogai e a Zaruc Tecnologia e Automação foram indicadas por 9% dos respondentes. Entre os principais motivos que levaram a estas relações de parceria, destaca-se o desenvolvimento de novos produtos ou processos (31%).

No eixo entidades governamentais, 50% das organizações respondentes indicaram realizar parcerias estratégicas com a FAPES, SEBRAE (18%), FINDES (9%), Incaper (9%) e o Inova Serra (7%). Entre os principais motivos que levaram a estas relações de parceria, destaca-se a captação de recursos (49%), o desenvolvimento de novos produtos ou processos (16%), e para troca de conhecimentos entre os times das duas organizações (11%).

No eixo Grandes Empresas, 32% das organizações respondentes indicaram não realizar parcerias estratégicas com nenhuma empresa. Destaca-se ainda que 18% dos respondentes indicaram a Vale (18%), a Arcelor Mittal (18%), e a EDP (9%). Entre os principais motivos que levaram a estas relações de parceria, destaca-se o desenvolvimento de novos produtos ou processos (39%).

Os resultados indicam que há conexão entre as organizações para gerar inovação, ou seja, desenvolver novos produtos ou processos. No entanto, é preciso ampliar as parcerias entre e com as startups e com as grandes empresas, sendo este o desafio indicado pelo trabalho para a Mobilização Capixaba para a Inovação-MCI e as políticas públicas para inovação. Toda parceria é construída através das atividades de ambas as partes (Ritter & Gemünden, 2004). Portanto, sendo uma vez estabelecida a parceria, é fundamental gerenciar o desempenho dela, pois o comportamento dos parceiros pode mediar a relação e influenciar tanto o desempenho de cada participante quanto o resultado dessa relação (Giraldi et al., 2023). Dessa forma, pressupõe-se para continuidade dos estudos, que desenvolver capacidade de aliança contribui para o sucesso das relações de parceria.

## REFERÊNCIAS

Giraldi, L., Coacci, S., & Cedrola, E. (2023). How relational capability can influence the success of business partnerships. *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2022-0012>

Gulati, R. (1995). Does Familiarity Breed Trust? The Implications of Repeated Ties for Contractual Choice in Alliances. *Academy of Management Journal*, 38(1), 85–112. <https://doi.org/10.2307/256729>

Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19(4), 293–317. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199804\)19:4<293::AID-SMJ982>3.0.CO;2-M](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199804)19:4<293::AID-SMJ982>3.0.CO;2-M)

Huxham, C. (1993). Collaborative capability: An intra-organizational perspective on collaborative advantage. *Public Money and Management*, 13(3), 21–28. <https://doi.org/10.1080/09540969309387771>

Jacobides, M. G., Cennamo, C., & Gawer, A. (2018). Towards a theory of ecosystems. *Strategic Management Journal*, 39(8), 2255–2276. <https://doi.org/10.1002/smj.2904>

Kale, P., & Singh, H. (2007). Building firm capabilities through learning: The role of the alliance learning process in alliance capability and firm-level alliance success. *Strategic Management Journal*, 28(10), 981–1000. <https://doi.org/10.1002/smj.616>

Mamédio, D., Rocha, C., Szczepanik, D., & Kato, H. (2019). Strategic alliances and dynamic capabilities: a systematic review. *Journal of Strategy and Management*, 12(1), 83–102. <https://doi.org/10.1108/JSMA-08-2018-0089>

Ritter, T., & Gemünden, H. G. (2004). The impact of a company's business strategy on its technological competence, network competence and innovation success. *Journal of Business Research*, 57(5), 548–556. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00320-X](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00320-X)

Russo, M., & Cesarani, M. (2017). Strategic Alliance Success Factors: A Literature Review on Alliance Lifecycle. *International Journal of Business Administration*, 8(3), 1. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n3p1>

Schilke, O., & Goerzen, A. (2010). Alliance management capability: An investigation of the construct and its measurement. *Journal of Management*, 36(5), 1192–1219. <https://doi.org/10.1177/0149206310362102>

Zhang, F., & Zhu, L. (2020). Firm collaborative capability and new product development performance: the mediating role of heterogeneous knowledge acquisition. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-10-2019-0862>

# SYS.TERNA

Sys.terna é um termo criado durante os eventos abertos e encontros de estudos realizados pelo Núcleo Poiein para descrever uma prática singular no acolhimento de ideias e discursos dos coletivos. É também o nome de um seminário metodológico de escuta e reflexão sobre temas que interessam às ações de pesquisa e de extensão do núcleo. A palavra é inspirada na cisterna, um reservatório que acumula a água das chuvas nos períodos de abundância para uso nos momentos de seca. Cisterna é uma tecnologia social utilizada como política pública federal na região Nordeste do Brasil na década de 2000. Na Revista Mirante Criativo, Sys.terna dá nome a uma seção em que um coletivo fala sobre seu pensamento a respeito da economia criativa. Neste primeiro diálogo aprofunda-se a história do Kaza Raiz: seu propósito, dificuldades enfrentadas em sua trajetória e a metodologia singular de mobilização comunitária vivenciada no espaço cultural. A conversa ocorreu com Erik Zibral e Stephanie Reis, que criaram o espaço junto com Sandra A. Zibral.



### **Falem um pouco da história da Kasa Raiz. Quando surgiu? Como surgiu? Por que surgiu?**

Erik- Iniciamos o projeto da Kasa Raiz em 2021, e em fevereiro de 2022 abrimos as portas da casa. Após algumas viagens e visitas a espaços culturais tivemos a ideia de trazer essa experiência para Viana. A casa surge da necessidade da falta de acesso cultural na cidade. Hoje se você for sair para algum lugar, e quiser ir para uma galeria de arte, livraria, ter acesso a um espaço cultural, que produz eventos, oficinas, feiras, você pensa logo em se deslocar para Vitória, Vila Velha, Serra e outros lugares, e não em Viana..

A Kasa Raiz nasce dessa falta. Então trouxemos um ponto de cultura onde as pessoas daqui, de dentro da nossa comunidade, possam estar acessando. A Kasa Raiz traz um pouco de moda, de comida vegetariana, música, teatro, oficinas, arte. A gente vem trazendo todos esses elementos dentro da Kasa Raiz. E é isso que diferencia tanto a Kasa Raiz de qualquer outro estabelecimento hoje aqui dentro do território.

Stephanie - A vida pós pandemia nos pedia mais conexão, enquanto casal, jovens, sempre estávamos à procura de atividades culturais em nosso território. Queríamos estar em lugares que não alimentam só o corpo, mas também a mente. Buscamos ambientes que também nos alimentem de criatividade.

Sempre estive nessa busca de estar em espaços que me inspiram. Certa vez fomos a um restaurante que havia arte em toda parte, fiquei fascinada, até o banheiro era possível absorver arte. Eu disse para mim mesma: - Preciso estar em mais lugares assim, quero construir um lugar assim!

Para estar em espaços desse estilo sempre tínhamos que nos deslocar para longe, nós dois tínhamos disposição para isso, mas sempre pensamos, como alguém que também deseje isso em nossa comunidade, pode encontrar um lugar que transmita uma experiência cultural que nutre e inspira? Nasceu o espaço Kasa Raiz.

### **Antes da Kasa Raiz existir, qual a relação que vocês tinham com a arte?**

Erik -Eu tenho 34 anos e sempre fui admirador da música, na infância conheci o teatro em Belo Horizonte, cidade que respira arte e cultura, onde também morei por 2 anos com familiares.

Eu tive acesso, viajei, fui para festas, conheci pessoas e aí eu me adentrei nesse mundo da arte. Eu não sou artista, mas sempre fui envolvido com eventos, ajudando a produzir alguma festa ou evento cultural, porém sem monetizar. Hoje sou um produtor cultural.

Atualmente temos muitos jovens produzindo rap, poesia e outras artes. Temos como exemplo a batalha de rima que é uma forma de arte urbana, muito presente no município, e a kasa raiz é esse espaço que abre as portas e dá acesso para todas as formas de arte e cultura.

Stephanie - Acho interessante essa pergunta. Só podemos compreender um pouco de arte se tivermos acesso a ela. Hoje compreendo a importância desse acesso e como isso sempre foi uma busca na minha vida.

Sempre fui uma pessoa de gostos diferentes, muito criativa, mas eu não compreendia uma forma de expressar isso. Me sentia sem pertencimento, sem referência, buscando muito pelas vias comuns de mídia, parecia não me encontrar, pois não sabia dar nome ao que eu buscava. Hoje eu entendo que a falta de acesso me limitava. Enquanto adolescente, ali na minha bolha, a internet não era popular como hoje, eu não me encontrava, nem me identificava com nada.

Cresci, e mesmo adulta continuei nessa busca. No meio disso encontrei o Erik. Durante a caminhada da vida, conheci pessoas diversas e criativas.

Hoje eu sei que o que eu estava procurando na verdade eram os artistas, os alternativos, artesãos, só que eu não sabia dar nome a esses elementos, faltava entendimento do que era a cultura. Não encontrava por falta de acesso mesmo. Então quando compartilhava sobre coisas que gostaria de criar, realizar, Erik pelas vivências culturais que viveu se tornou uma ponte que me apresentou às pessoas, artes, construções que ele construiu através da caminhada dele na cena cultural, dos eventos que ele frequentava. Nossa sede em comum por coisas diferentes hoje está fomentando cultura e arte.

Fui entendendo como é importante o acesso cultural. Não só o acesso em si, mas dialogar sobre criatividade, arte e cultura. Porque se isso tivesse sido apresentado para mim na minha adolescência eu ia me identificar como artista, exercitando a criatividade com mais profundidade.

Através da moda fui entendendo essas habilidades colocando um pouco do que absorvo no mundo em uma peça de roupa, na minha forma de vestir, no meu estilo, entendendo que moda é sobre isso. Eu venho de uma cultura familiar que me limitava, e não havendo movimento cultural no meu território, não sabia exatamente onde poderia encontrar fontes para me inspirar.

Talvez se na minha comunidade tivesse uma Kasa Raiz, realizando alguma atividade, eu talvez seria outra pessoa, muito provavelmente. Então a Kasa Raiz virou esse lugar, esse espaço de fomento de criatividade, reencontro de habilidades, pertencimento e empoderamento. Hoje eu me sinto pertencente a um grupo cultural. Hoje eu realizo manifestações culturais dentro de um município. E isso para mim é algo que me deixa orgulhosa, essas atividades que ficamos felizes de mostrar para nossos pais, tipo: "Pai, hoje faço algo incrível, eu tô fomentando cultura no meu município!"

### **Também gostaríamos de saber um pouco mais sobre quais são as principais atividades desenvolvidas atualmente na ou pela Kasa Raiz?**

Stephanie -Inicialmente começamos com eventos musicais. Era algo que Erik desejava muito realizar. E a kasa Raiz proporciona essa realização.

Erik - Não só nossas atividades. A Kasa Raiz é alimentada por várias pessoas e coletivos. Por exemplo, o coletivo Cultura Bethânia com a batalha de rima, o viaslam. Tem o Coletivo Formate, que atua como sede na Kasa Raiz, e desenvol-

vem reuniões, cineclube. oficinas e também nossos eventos. Eventos particulares, roda de conversa, cineclube, brechó, feira de artesanato, eventos musicais, consciência negra entre outros. A gente acaba transformando tudo isso em fomentação e acesso.

Stephanie -Tem pessoas que entram aqui como clientes, outros como parceiros, artistas e músicos. Teve pessoas que chegaram sem tocar a muito tempo algum instrumento, outros chegaram aqui tímidos e hoje fazem até apresentações fora do município, entende? A Kasa Raiz é esse espaço onde as pessoas se sentem em casa. Artistas estão aqui tocando seus instrumentos, ensaiando, conversando e quando se sentem prontos, se sentem seguros para se apresentarem fora daqui, construindo uma certa confiança. São atividades que acontecem organicamente aos fins de semana. Às vezes é um espaço de convivência, esse ambiente de ensaios, trocas, arte, cultura e entretenimento.

### **Pela experiência de vocês, principalmente a partir da Kasa Raiz, de um modo geral, quais são as maiores potencialidades das comunidades urbanas e favelas do Espírito Santo?**

Erik- A cultura, arte, gastronomia, dentro das periferias temos grandes músicos, artistas, cozinheiras, produtores culturais que estão inseridos nas comunidades.

Estou produzindo um evento que é o Viana Soul-valorização da música periférica local. Evento em formato de pocket show com 12 artistas selecionados, não se trata apenas de uma mostra competitiva, mas também de uma oportunidade para valorizar e promover a integração e o compartilhamento de experiências entre os profissionais que fazem parte da cena periférica local. Então a nossa ideia é integrar o artista ao território.

Se você for fazer uma pesquisa de artistas do rap, trapper, a quantidade que tem dentro do território de Viana não é brincadeira. De jovens a adultos, nós temos muitos produtores dentro do município. E muitos que são motoboys, ou que estão desempregados. Então o Viana Soul vem para promover esses artistas e colocar em evidência dentro do município.

Stephanie - Uma potencialidade em questão é a economia criativa. Dentro desse evento que Erik mencionou vai ter uma exposição de produtos, as pessoas envolvidas no projeto são pessoas potentes que somam com movimentos importantes no território. É como um ecossistema, um movimento conecta-se com o outro. Um vai fortalecendo o outro, somando e crescendo. Não é só uma questão financeira. As pessoas também somam com seus conhecimentos, com

força, apoio e criatividade. Um canta, outra expõe sua arte, um amigo contribui no equipamento de som, divulga e assim fortalece o movimento, os eventos e vai construindo movimentações potentes. Essa união para fortalecer uns aos outros na construção de uma comunidade forte é uma das maiores potencialidades nas regiões periféricas.

### **As comunidades urbanas e favelas no Espírito Santo possuem enormes potencialidades. Quais são os maiores desafios para gerar renda e aumento na qualidade de vida nesses territórios?**

Erik- Nós somos um negócio de impacto social que trabalha com foco na cultura, um pouco diferente do tradicional na forma empreender. Porém pagamos impostos como todo comércio. Possuímos todos os desafios como uma empresa tradicional, aluguel, impostos, taxas, concorrência, aumento de preço e por aí vai. Nós temos que vender, para gerar renda. Estamos em um território muito tradicional, conservador. Então, nós somos um espaço cultural em um ambiente conservador. Tem esse primeiro desafio a lidar, que é conquistar o território com essas diferenças de polarização de governo.

Stephanie - A Kasa Raiz quanto empreendimento social se torna um ato político. Não precisamos levantar bandeiras sobre partidos, mas infelizmente com essa polaridade acontecendo em nosso país, se posicionar naquilo que acredita pode se tornar desafiador. O desafio é fidelizar os clientes que não compreendem o movimento que estamos realizando. Buscamos sempre dialogar e apresentar nossa proposta quanto ao empreendimento social cultural. Lá no início, antes do espaço inaugurar, foi impresso uma carta para cada morador vizinho aqui da rua, com o objetivo de explicar a proposta da Kasa Raiz, por imaginar que eles poderiam estranhar as novas movimentações que estavam previstas para acontecer durante o funcionamento da casa.

Stephanie - A proposta da carta foi uma atitude linda, sabe? Não tínhamos essa obrigação, mas foi uma maneira de criar uma boa convivência, uma maneira de apresentar a Kasa Raiz, falar sobre o objetivo de impulsionar a cultura aqui no bairro, mostrar que vontade era de somar e não incomodar. Mas essa troca positiva não aconteceu. Não somos bem recebidos, não somos aceitos. Nos tornamos marginalizados!

Erik - E esse preconceito atrapalha muito o nosso espaço. Nós postamos tudo nas redes sociais o que acontece na Kasa Raiz, agenda, eventos, oficinas e outras atividades, porém a nossa comunidade não está acostumada a um espaço cultural, a cultura da nossa região é de boteco ou igreja. Aí você vê a questão

do acesso cultural, se não conhece tem preconceito. Então tem muita coisa a ser desconstruída aqui no município e esse é um grande desafio.

Quanto ao empreendimento, precisávamos que as pessoas ao nosso redor estivessem mais presentes, pois o nosso objetivo é fortalecer a comunidade local, onde estamos instalados. Vem gente de Cariacica, Vitória, Serra, Vila Velha, e de todos os cantos, mas da região de Marcílio de Noronha e Viana ainda é pouco!

### **Vocês têm mais público de fora ou de dentro do bairro?**

Erik – De fora. Temos também de dentro, temos os que são fiéis, mas não são suficientes para manter a rentabilização da casa. Mas aí o que faz esse público chegar é a nossa força de movimentação cultural, por estar conectado com coletivos e projetos culturais.

Stephanie - Nosso público local que frequenta a Kasa Raiz é incrível, porém não é suficiente para nosso sustento. Os de fora não frequentam todo fim de semana, isso se torna um desafio, indo ao encontro com a pergunta anterior sobre os desafios que enfrentamos, a maioria do público que se interessa por toda atividade que acontece na Kasa Raiz é de fora. O que impacta e muito no nosso desenvolvimento enquanto empreendedores sociais e culturais.

### **Como a economia criativa dialoga com os territórios das comunidades urbanas e favelas no Espírito Santo?**

Erik – eu entendo que o território de Viana tem muitas potencialidades, tanto na questão geográfica, tanto na questão populacional ou turística. Temos um território com 70% de área rural. Cachoeiras, Rios, montanhas, tem toda uma questão da agroecologia sendo construída, a gastronomia, o grande potencial cultural. Então eu vejo que Viana pode ser uma cidade modelo, vitrine, dentro do desenvolvimento sustentável. A Kasa Raiz também vem com essa visão do desenvolvimento sustentável dos ODS [Objetivos do Desenvolvimento Sustentável]. Hoje a Kasa Raiz trabalha diretamente com alguns dos ODS.

Stephanie – ODS tem sido nossa bússola.

Erik – falo que é a bússola porque eu consigo me guiar por ela, assim como nos projetos, a gente vem se inspirando através desses objetivos e eu entendo que o território é muito potente para tudo isso. A dinâmica entre as políticas, território, instituições e população civil eu consigo enxergar esse elo junto aos ODS. Sempre estou aqui falando isso. Porque as cidades e o planeta precisam se adequar.

E se você tiver um pouco de consciência e conhecimento, também consegue enxergar.

Stephanie - Os ODS tem sido como uma bússola que nos faz acreditar nas mudanças para a construção de uma sociedade melhor e mais igualitária. A partir desses objetivos construímos nossas atividades. O espaço vem realizando diálogo com a economia criativa, desconstruindo uma forma única de empreender e construindo uma maneira criativa de se desenvolver, conectando e incorporando vários elementos e se fortalecendo de maneira criativa com muita fé nas mudanças que o futuro pode trazer.



1ª Edição | 24 de junho 2024

# MIRANTE CRIATIVO



52