



MESTRADO
DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO
INTERNACIONAL

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
TRABALHO DE PROJETO

O IMPACTO DA HUMANIZE PRODUÇÕES E O
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA ESTRATÉGIA DA
CULTURA COMO NEGÓCIO SOCIAL

BEATRIZ DOS SANTOS GONÇALVES RIBEIRO

ORIENTAÇÃO:

PROF. MANUEL FRANCISCO PACHECO COELHO

OUTUBRO - 2020

Agradecimentos

A realização deste trabalho não seria possível sem a colaboração dos inúmeros parceiros que se mostraram incansáveis ao longo dos 10 anos de jornada da Humanize Produções. Foram incontáveis as manifestações de encorajamento e de apoio concreto para que tenhamos podido chegar aqui. Agradeço especialmente à minha família, que sem sombra de dúvidas é o grande alicerce da minha construção, ao meus sócios que de mãos dadas e peito aberto encararam comigo esse desafio, aos diversos mestres que iluminaram o nosso caminho, e à todos aqueles que acreditam na importância da Cultura e investem nesta ferramenta fundamental para um desenvolvimento humano e sustentável.

Resumo

Em outubro de 2011 foi fundada a Humanize Produções, empreendimento cuja natureza de suas atividades é ser um negócio social atuante no mercado cultural. Seu foco como produtora artística está na realização de projetos artísticos e educativos que agreguem valor ao desenvolvimento humano e provoquem impactos positivos na sociedade. Em 2016 a entidade foi finalista do I *Yunus Challenge* realizado no Brasil e nos anos de 2017 e de 2020 recebeu a menção honrosa da Câmara Paulista de Inclusão da Pessoa com Deficiência, por mérito de seus projetos. Partindo destas premissas, compromissos e aprendizados adquiridos ao longo de seus 10 anos de fundação, a entidade continuamente orienta suas estratégias e ações para obtenção de resultados positivos.

Em setembro de 2015 reuniram-se em Nova Iorque representantes de 193 Estados-membros da ONU. Adotaram neste encontro o documento “Transformando o Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”, e com isso se comprometeram a tomar medidas arrojadas e com capacidade de promover o desenvolvimento sustentável nos próximos 15 anos, sem deixar ninguém para trás.

Este projeto de conclusão do Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional analisa o impacto da atuação da Humanize Produções na última década, e avalia de que forma conseguiu incorporar em seus projetos os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável elencados na Agenda 2030, além de investigar sobre o modo como a cultura colabora para o Desenvolvimento Sustentável.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável, Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, Agenda 2030, Cultura para o Desenvolvimento, Humanize Produções, Negócios Sociais, Economia Criativa, Economia da Cultura, Empreendedorismo Social, Soft Power.

Abstract

In October 2011 Humanize Produções was founded as an enterprise whose nature of its activities is to be a social business operating in the cultural market. It focus as an artistic producer is on carrying out artistic and educational projects that add value to human development and cause positive impacts on society. In 2016 the entity was a finalist in the I Yunus Challenge held in Brazil and in the years of 2017 and 2020 received an honorable mention from the São Paulo Chamber of Inclusion of People with Disabilities, for the merit of its projects. Based on these assumptions, commitments and learning acquired over its 10 years of foundation, the entity continuously guides its strategies and actions to obtain positive results.

In September 2015, representatives of 193 UN member states met in New York. At this meeting, they adopted the document “Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development”, and with that they undertook to take bold measures with the capacity to promote sustainable development in the next 15 years, without leaving anyone behind.

This project to conclude the Master in Development and International Cooperation analyzes the impact of Humanize Produções' performance in the last decade, and evaluates how it managed to incorporate in its projects the Sustainable Development Goals listed in the 2030 Agenda, in addition to investigating how culture contributes to sustainable development.

Keywords: *Sustainable Development, Sustainable Development Goals, Agenda 2030, Culture for Development, Humanize Produções, Social Business, Creative Economy, Cultural Economy, Social Entrepreneurship, Soft Power.*

ÍNDICE

ARADECIMENTOS	02
RESUMO /ABSTRACT	03
1. INTRODUÇÃO	07
1.1 Identificação do Problema de Investigação.....	07
1.2 Questões Centrais de Investigação.....	10
1.3 Estrutura do Projeto.....	11
2. REVISÃO DA LITERATURA	13
2.1 A Agenda Global dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.....	13
2.2 Negócios Sociais.....	16
2.3 Muhammad Yunus e o I Yunus Challenge no Brasil	17
2.4 Negócios Sociais na Cultura.....	18
3. METODOLOGIA	19
3.1 A Cultura para o Desenvolvimento: Enquadramento Conceptual.....	19
3.2 Soft Power e a Interdependência Complexa.....	23
3.3 A Cooperação nos Negócios da Cultura: Cenário Global.....	25
4. ESTUDO DE CASO	28
4.1 A Humanize Produções.....	28
4.2 Estrutura Organizacional.....	29
4.3 A Integração dos ODS nos 10 Anos de Atuação.....	32
5. ANÁLISE DOS RESULTADOS	34
5.1 A Criação dos Indicadores.....	34
5.2 Análise dos Indicadores Qualitativos e Quantitativos.....	41
6. CONCLUSÃO	48
7. BIBLIOGRAFIA	51

Lista de Quadros

Quadro 1 – Classificação das indústrias criativas da UNCTAD.....	22
--	----

Lista de Figuras

Figura 1 - Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU.....	14
Figura 2 - Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)	14
Figura 3 - O que são Negócios Sociais?.....	17
Figura 4 - Ranking global do Soft Power 30: Brasil, 2017, 2018 e 2019.....	24
Figura 5 – Primeira Menção Honrosa da Câmara Paulista para a Inclusão da Pessoa com Deficiência.....	30
Figura 6 - Segunda Menção Honrosa da Câmara Paulista para a Inclusão da Pessoa com Deficiência.....	31

Siglas

APD	Ajuda Pública ao Desenvolvimento
CCI	Câmara de Comércio Internacional
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
MEI	Micro Empreendedor Individual
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODM	Objetivos de Desenvolvimento do Milênio
ODS	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
ONG	Organização Não-Governamental
ONGD	Organização Não-Governamental para o Desenvolvimento
ONU	Organização das Nações Unidas
PME	Pequenas e Medias Empresas
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
TOSSD	<i>Total Oficial Support Sustainable Development</i>
UE	União Europeia
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

1. INTRODUÇÃO

Sob a forma de trabalho de projeto, este Trabalho Final de Mestrado apresenta os resultados e recomendações sobre uma aplicação prática da área de conhecimento do curso, posto que integra saberes e competências adquiridos ao longo do mesmo. De tal forma, o Trabalho de Projeto busca dar resposta à um problema organizacional concreto, através da utilização da Cultura como ferramenta de desenvolvimento, bem como da paulatina integração dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nas ações da Humanize ao longo do tempo. Para isso utiliza uma abordagem técnico-científica, baseada na literatura, enquadramento teórico e justificação metodológica, bem como uma cuidadosa análise de dados recolhidos com vista à construção de indicadores quantitativos e qualitativos, e da consequente avaliação do impacto alcançado ao longo da trajetória organizacional, não obstante às dificuldades enfrentadas na busca por um prisma que privilegie não apenas os sucessos, mas também os desafios encontrados, devido ao fato de ser uma das fundadoras deste negócio social.

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA DE INVESTIGAÇÃO

O Trabalho de Projeto surge então, como resultado da identificação de uma questão determinada com o qual a Humanize Produções – um negócio social atuante no segmento da economia criativa se depara; tendo sido inicialmente levantada por sua sócia fundadora e diretora executiva. O ponto focal da investigação está dirigido à necessidade de avaliar o impacto alcançado pela organização após seus 10 anos de atuação, investigando de que modo se deu a integração dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) na estratégia de utilização da Cultura como ferramenta de transformação social, em conformidade com o propósito da instituição. Segundo Herder, cada povo, por meio de sua cultura, tem um destino específico a realizar. Cada cultura exprime um aspecto da humanidade. Considerava que a história humana estava regida por um princípio imanente de bondade inteligente. “Foi Herder quem nos abriu os olhos para as culturas”. [Dumont, 1986, p.134].

O dicionário da Porto Editora sintetiza assim as possíveis definições de Cultura¹:

¹ Definição de Cultura. Dicionário Porto Editora. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cultura> Acesso em [2020/03/15].

cul.tu.ra / kul'turɐ / nome feminino

1. *Ação de cultivar a terra*
2. *Produto do cultivo da terra*
3. *Conjunto das técnicas necessárias para obter do solo produtos vegetais para consumo; agricultura*
4. *BIOLOGIA método para fazer crescer microrganismos num meio favorável ao seu desenvolvimento*
5. *BIOLOGIA os microrganismos assim obtidos*
6. *Desenvolvimento de certas faculdades através da aquisição de conhecimentos; educação*
7. *Conjunto dos conhecimentos adquiridos que contribuem para a formação do indivíduo enquanto ser social; saber*
8. *Conjunto de costumes, de instituições e de obras que constituem a herança de uma comunidade ou grupo de comunidades*
9. *Sistema complexo de códigos e padrões partilhados por uma sociedade ou um grupo social e que se manifesta nas normas, crenças, valores, criações e instituições que fazem parte da vida individual e coletiva dessa sociedade ou grupo*

Para além dos escopos biológico e antropológico, na Humanize Produções a Cultura toma a forma de suporte necessário para que os múltiplos atores que participam do ecossistema empreendedor das indústrias criativa e cultural, composto por artistas, cias e coletivos, produtores, comunidades, governos, institutos, fundações e organizações não-governamentais – possam desenvolver suas atividades e mais diversas formas de expressões. Evoca a compreensão da Cultura como algo que vem da alma do povo, e aparece como um conjunto de conquistas artísticas, intelectuais e morais que constituem o patrimônio de uma nação, considerado como alicerce de sua unidade. A invenção do conceito científico de Cultura parte do postulado dessa unidade do homem como herança da filosofia do iluminismo, mas muitas vezes esbarra na dificuldade de pensar na diversidade na unidade. Na Humanize Produções entretanto prevalece o entendimento universalista de que a diversidade de modo algum é contraditória à unidade fundamental da humanidade, por quanto sobretudo a enriquece.

O artigo 27 da Declaração dos Direitos do Homem da ONU afirma que: “toda pessoa tem o direito de integrar-se livremente na vida cultural da comunidade, de usufruir das artes e de participar do progresso científico e dos benefícios que dele resultam“. Já o documento Problemas e Perspetivas (UNESCO, 1982) defende a noção de que: “o desenvolvimento não

deverá limitar-se ao campo econômico (que é um meio); ele pressupõe que os objetivos do crescimento sejam definidos igualmente em termos de valorização cultural, de enriquecimento coletivo e individual, de bem-estar geral e preservação dos ambientes (urbanos e naturais)”. Entende-se portanto que a promoção da Cultura não deve ser um componente adicional ou derivado das estratégias de governo ou empresariais, mas um campo indispensável das políticas nacionais e regionais, já que, a Cultura é um direito inalienável de todo o ser humano. Na amplitude deste contexto, há uma tendência global de desdobrar a importância da Cultura em 3 níveis²:

- 1) Entendida como ferramenta de desenvolvimento econômico;
- 2) Vista como alavanca para a transformação social;
- 3) Reconhecida como um valor em si mesma.

“Na medida em que a globalização nos aproxima, é essencial que alimentemos, valorizemos e apoiemos a diversidade de culturas e de experiências históricas dos países. Atenção concentrada em Cultura é base para a melhoria da efetividade do desenvolvimento em educação, saúde, produção de bens e serviços e gestão das cidades. Cultura está no centro das questões relativas à redução da pobreza, bem como da melhoria da qualidade de vida. O autoconhecimento e orgulho que derivam da identidade cultural dos povos são ingredientes fundamentais se a intenção é que as comunidades assumam sua autonomia e façam suas escolhas.

Devemos respeitar o enraizamento das pessoas em seu próprio contexto social. Devemos proteger a herança do passado, mas também temos que nutrir e promover a Cultura viva em suas múltiplas formas. Tal como análises econômicas recentes têm consistentemente mostrado, isso também faz sentido para os negócios. Do turismo à restauração, dos investimentos ao patrimônio cultural, as indústrias relacionadas à cultura promovem intensas atividades econômicas que demandam vultuosa mão-de-obra e geram riqueza e renda.”³

James D. Wolfensohn, Presidente, Banco Mundial.

² Danilo Miranda (2002). Cultura e Desenvolvimento Social [Em linha]. Disponível em: <https://www.culturaemercado.com.br/site/cultura-e-desenvolvimento-social>. [Acesso em: 2020/09/03].

³ The World Bank (1998). Culture and Development at the millennium. The challenge and the response. P.6 Disponível em: <http://documents.worldbank.org/curated/en/407981468161949933/pdf/446320WP0Box345582B01PUBLIC1.pdf> [Acesso em: 2020/07/1500].

1.2 QUESTÕES CENTRAIS DE INVESTIGAÇÃO

Para melhor compreensão do que significa uma atuação de impacto social por meio da Cultura – do modo como desempenhado pela Humanize Produções, é preciso prioritariamente esclarecer que segundo Muhammad Yunus os negócios sociais têm como propósito ter efeito positivo sobre as pessoas e o planeta, e não visam a acumulação de lucros para acionistas ou investidores. Estes negócios sociais demonstram uma sede cada vez maior de resolução dos problemas sociais do mundo, e implicam a busca por uma combinação ideal de técnicos, acadêmicos e empreendedores críticos, intelectualmente curiosos e armados com o conhecimento e a mentalidade necessárias para este enfrentamento.

Os aspectos de desenvolvimento econômico, do cultivo de valores como a cidadania e a inclusão são muito importantes nas operações da Humanize Produções, mas a acima de tudo a organização acredita que a Cultura é um bem fundamental em si mesma. No discurso de posse de Gilberto Gil, quando este assumiu o Ministério da Cultura do Brasil, o artista referencia:

*"Cultura como tudo aquilo que, no uso de qualquer coisa, se manifesta para além do mero valor de uso. Cultura como aquilo que, em cada objeto que produzimos, transcende o meramente técnico. Cultura como usina de símbolos de um povo. Cultura como conjunto de signos de cada comunidade e de toda a nação. Cultura como o sentido de nossos atos, a soma de nossos gestos, o senso de nossos jeitos. Não cabe ao Estado fazer Cultura, mas, sim, criar condições de acesso universal aos bens simbólicos. Não cabe ao Estado fazer Cultura, mas, sim, proporcionar condições necessárias para a criação e a produção de bens culturais, sejam eles artefactos ou mentefatos. Não cabe ao Estado fazer Cultura, mas, sim, promover o desenvolvimento cultural geral da sociedade."*⁴

Com a aprovação em 2015 da nova Agenda para o Desenvolvimento Sustentável; os Estados Membros da ONU se comprometeram a alcançar até 2030 os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) fixados neste encontro. Desse modo a Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável se tornou um plano de ação focado em cinco áreas, sendo elas as pessoas, o planeta, a paz, a prosperidade e as parcerias, e tem como propósito o desenvolvimento económico, social e ambiental em escala planetária.

⁴ Discurso de posse do ministro da cultura Gilberto Gil:
<https://www.cartamaior.com.br/?%2fEditoria%2fMidia-e-Redes-Sociais%2fIntegra-do-discurso-de-posse-do-ministro-da-cultura-Gilberto-Gil%2f12%2f5623>.

Tendo em conta o relevante papel que a sociedade civil teve na seleção dos ODS, torna-se fundamental compreender como as organizações da sociedade civil podem colaborar para que os alcancemos, especialmente no que concerne o emprego da Cultura como ferramenta de transformação social e desenvolvimento, que se constitui como objeto de estudo deste trabalho.

Dessa forma, uma avaliação do impacto das ações da Humanize Produções e da integração dos ODS na estratégia da cultura como negócio social, implica em observar:

- 1) Os eixos de sua atuação;
- 2) A identificação dos ODS vinculados e de que modo foram integrados às suas ações;
- 3) A criação dos indicadores de avaliação e os resultados alcançados.

1.3 ESTRUTURA DO PROJETO

Considerando que projeto está estruturado de forma a responder à avaliação de impacto da Humanize Produções nos seus 10 anos de atuação e à forma como a instituição buscou a implementação da estratégia da Cultura como *core business* de um negócio social, bem como da paulatina integração dos ODS, este documento seguirá algumas linhas norteadoras que identificam e alicerçam o trabalho, organizando-o do seguinte modo:

Na Introdução colocada no primeiro capítulo, identifica-se o problema da investigação, suas questões centrais e a estrutura do projeto final de mestrado, tendo como objetivo principal destacar a importância do tópico de investigação desenvolvido.

Na Revisão de literatura colocada no segundo capítulo justifica-se a relevância do estudo dos Negócios Sociais e dos ODS, e analisa-se a literatura existente sobre cada tópico. De tal modo, o segundo capítulo que versa sobre *Os ODS como Agenda Global*, objetiva a compreensão da proposta concreta da ONU e seus Estados Membros frente a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. De forma a melhor compreendê-los, o capítulo analisa os ODS e os Negócios Sociais através da sua gênese, evolução, abrangência e relevância, e destaca o recorte do caso concreto por sua aplicabilidade no âmbito da Cultura. Dessa maneira, o tema desenvolvido toma por base a pesquisa bibliográfica da literatura basilar

que estrutura os alicerces do trabalho, fundamentando também os capítulos subsequentes.

Importa ainda neste capítulo desvelar um conceito mais amplo de impacto social, uma vez que este não se restringe à dimensão social, mas integra ainda as esferas económica e ambiental. Segundo a *Impact Evaluation in UN Agency Evaluation Systems: Guidance on Selection, Planning and Management*, (2013) pág. 6, impacto social são “Os efeitos a longo prazo de uma intervenção de desenvolvimento, diretos ou indiretos, positivos e negativos, primários e secundários, intencionais ou não intencionais”.

No terceiro capítulo é desenvolvida uma abordagem metodológica do tema em questão, tomando por base o enquadramento conceptual da Cultura para o Desenvolvimento, da teoria de “*Soft Power*” e das vantagens da Cooperação Internacional nos Negócios da Cultura, que servem de base para uma análise do jogo de atracção cultural.

Por meio deste enquadramento conceptual, divide-se em dois subcapítulos, sendo o primeiro uma ponderação sobre a estrutura, origem, função e evolução da Cultura para o Desenvolvimento; e o segundo sobre a adoção e adequação da estratégia de “*Soft Power*” e a Cooperação nos Negócios da Cultura, em observância ao cenário global como uma maneira de distinguir os efeitos sutis de culturas, valores e ideias no comportamento de outros.

O quarto capítulo debruça-se sobre o caso concreto, analisando a estrutura organizacional da Humanize Produções, bem como seus eixos de operação e como promoveu a integração dos ODS ao longo de seus 10 anos de atuação. O quinto capítulo discorre sobre a análise dos resultados, por meio da criação e exame dos indicadores qualitativos e quantitativos, bem como dos efeitos de sua intervenção de desenvolvimento.

O sexto capítulo, por fim, diz respeito às recomendações e soluções, e busca com efeito responder às questões primordiais da investigação, trazendo à luz uma análise sobre os resultados obtidos.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A AGENDA GLOBAL DO OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

"A Agenda 2030 é a nossa Declaração Global de Interdependência."

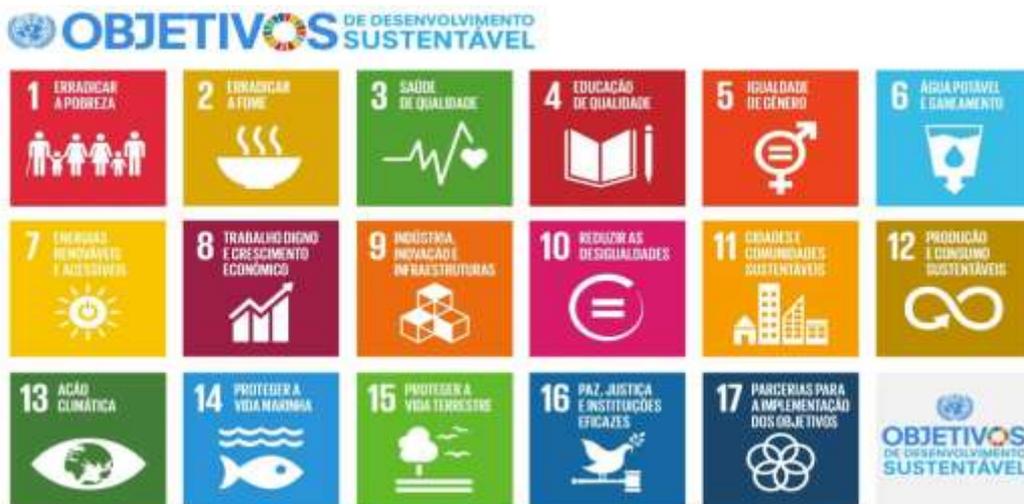
António Guterres, Secretário Geral da ONU.

Esta Agenda é um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade. Ela busca fortalecer a paz universal com mais liberdade, e reconhece que a erradicação da pobreza em todas as suas formas e dimensões, incluindo a pobreza extrema, é o maior desafio global e um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável. O plano de implementação visa que todos os países e todas as partes interessadas atuem em parceria colaborativa. Para tanto é necessária a tomada de medidas ousadas e transformadoras que são urgentemente necessárias para direcionar o mundo para um caminho sustentável e resiliente.

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e as 169 metas demonstram o alcance e os anseios desta nova Agenda universal. Eles se constroem sobre o legado dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e espera-se que concluam o que estes não conseguiram alcançar. Eles são amalgamados e indivisíveis, e estruturam as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental.

Dessa forma, o Relatório Brundtland – Nosso Futuro Comum (1987), define desenvolvimento sustentável como aquele que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades.

Figura 1 – Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU.



Fonte: ONU, 2015

Esta nova Agenda decorre da anterior Declaração do Milénio das Nações Unidas, empregada nos anos 2000 pelos Estados Membros, e através da qual se estabeleceram os 8 Objetivos do Desenvolvimento do Milénio (ODM). Por terem sido concebidos num processo top-down, apenas por um grupo restrito de especialistas, os ODM limitaram-se às contribuições destes técnicos (Sakiko-Parr, 2016).

Figura 2 – Os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM)



Fonte: ONU, 2000

Por sua vez, o estabelecimento dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável é caracterizado pela vasta participação de diversos entes interessados no processo de criação da Agenda 2030, circunstância que valorizou de sobremodo a participação de múltiplos

atores, incluindo o setor privado, parceiros sociais, universidades, Organizações Não-Governamentais (ONGs) e outros membros da sociedade civil. Já os ODS, para além de terem uma maior dimensão no que diz respeito ao enfrentamento das desigualdades e do impulsionamento dos Direitos Humanos, também são marcados pelo seu escopo universalista e pela implementação por parte dos países como um todo, e não apenas pelos países tidos como “em desenvolvimento”, como foi o caso dos ODM.

A criação dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) em 2015 suscitou não só reações positivas, mas também diversas críticas negativas. Como exemplo desta vertente crítica pode-se destacar posição assumida pelo economista americano William Easterly, que considerou que a nova Agenda denotava falta de coerência, precisão e assertividade (Easterly, 2015).

Com uma opinião mais otimista sobre os ODS, Sakiko Fukuda-Parr (2016), defendeu que os ODS e os ODM se distinguiam no propósito, conceito e processo político de sua elaboração. Segundo a autora os ODS englobam uma agenda mais ampla e transformadora, que repercute melhor os intrincados problemas atuais e a necessidade de transformações estruturais na economia global.

Isso posto, cabe destacar que os ODM representavam antes de tudo uma agenda orientada pela ajuda Norte-Sul, pertinente aos países em desenvolvimento, como defende Harcourt (2005). Tendo a ideia surgido na *Conferência Rio+20* de 2012, e sido liderada pelos Ministros do Ambiente de países do Norte e do Sul, especialmente dos países de renda média, os ODS mostraram-se uma agenda global para o desenvolvimento sustentável de todos os países independentemente de seus estágios de desenvolvimento. Cabe ponderar que os ODM focavam-se sobretudo na pobreza, nas condições mínimas aceitáveis e nas ações necessárias para seu alívio, num conceito estreito de desenvolvimento. Já os ODS englobavam como objetivos principais o fim da pobreza extrema, a sustentabilidade ambiental, social e económica, numa ampliação do conceito de desenvolvimento. É relevante observar ainda que os ODM foram elaborados num processo de cima pra baixo por tecnocratas que pouco recorreram a outras fontes de conhecimento e especialização, de modo que a agenda revelou não estar alinhada com os debates do momento sobre as prioridades do desenvolvimento, e deixou importantes lacunas na construção e conexão entre as agendas internacionais.

De forma antagônica, os ODS foram produzidos por meio de um processo político e de debate entre Estados, que se valeram do *Grupo de Trabalho Aberto da Assembleia Geral das Nações Unidas* e de um processo de intensas negociações diplomáticas e de discussões entre *stakeholders*. Durante três anos o processo envolveu nove grupos principais com o objetivo de representar os interesses específicos de grupos sociais, arrolando um nível sem precedente de participação de governos, grupos empresariais, acadêmicos, grupos da sociedade civil e agências da ONU (Fukuda-Parr, 2016).

2.2 NEGÓCIOS SOCIAIS

A economia social integra um vasto conjunto de entidades, com personalidades jurídicas diversas, democraticamente organizadas, criadas para satisfazer as necessidades dos seus membros, que produzem bens ou serviços sem finalidade lucrativa. O setor da economia social, caracteriza-se, assim, por uma forte diversidade, e tem contribuído para a coesão social, combatendo a exclusão entre os grupos mais vulneráveis, através do desenvolvimento de diversas atividades. A utilidade social destas entidades decorre também de seus valores e princípios, assentes na promoção da pessoa humana e das comunidades através de práticas de cooperação, de solidariedade e de justiça social.

Compreende portanto um rol de atividades económico-sociais que têm por finalidade prosseguir com o interesse geral da sociedade. Segundo o relatório *The Social Economy in the European Union (2012)*⁵, entende-se Economia Social como o “conjunto de empresas privadas, organizadas formalmente, com autonomia de decisão e liberdade de adesão, criadas para satisfazer as necessidades dos seus membros, produzindo bens e serviços, assegurando o financiamento e onde o processo de tomada de decisão e a distribuição de benefícios ou excedentes pelos membros não estão diretamente ligados ao capital ou quotizações de cada um”.

Segundo Muhammad Yunus, negócios sociais são portanto empresas que têm a única missão de solucionar um problema social, são autossustentáveis financeiramente e não distribuem dividendos. Como uma ONG, tem uma missão social, mas como um negócio tradicional,

⁵ The social economy in the European Union (2012). International Centre of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy (CIRIEC). Disponível em: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-31-12-784-en-c.pdf> Acesso em [2020/07/20]

geram receitas suficientes para cobrir seus custos. É uma empresa na qual o investidor recupera seu investimento inicial, mas o lucro gerado é reinvestido na própria empresa para ampliação do impacto social. O sucesso do negócio não é medido pelo total de lucro gerado em um determinado período, mas sim pelo impacto criado para as pessoas ou para o meio ambiente.

Figura 3 – O que são Negócios Sociais?



Fonte: Website Yunus Negócios Sociais.⁶

2.3 MUHAMMAD YUNUS E O I YUNUS CHALLENGE NO BRASIL

Muhammad Yunus, ganhador do Prêmio Nobel da Paz em 2006, é conhecido como pai do microcrédito e dos negócios sociais. É o fundador do Grameen Bank e de outras 50 empresas em Bangladesh, a maior parte delas como negócios sociais. Yunus foi convidado pelo secretário-geral das Nações Unidas, Ban Ki-moon, a atuar como um defensor dos ODM (Objetivos de Desenvolvimento do Milênio).

Em 2016 foi realizado no Brasil o I Yunus Social Business Challenge, processo que consistiu na colaboração entre empreendedores sociais para criação e melhoria de ideias e projetos. Os critérios de escolha dos projetos envolveram (1) o perfil dos empreendedores e sua capacidade de reunir pessoas e parceiros capazes de colocar em prática a ideia com excelência, (2) a relevância e urgência do problema escolhido para ser solucionado, (3) a

⁶ Yunus Negócios Sociais. O que são Negócios Sociais? Disponível em: https://static.wixstatic.com/media/bc8ef0_96c0b66624d94cd38a2100cf54eef20f.jpg/v1/fill/w_661,h_393,al_c,q_80/bc8ef0_96c0b66624d94cd38a2100cf54eef20f.webp [Acesso em: 2020/06/25].

força do modelo de negócio, com a demonstração clara da capacidade de resolução do problema de forma satisfatória, do alto potencial de sustentabilidade financeira, do baixo nível de complexidade para implementação, e de uma clara demanda pelo produto ou serviço; e (4) o Potencial de Impacto, uma vez analisada a capacidade de escala ou replicabilidade. Avaliou-se se o produto ou serviço era inovador, disruptivo, facilmente produzido e/ou distribuído e pode se tornar uma solução global.

Tendo comprovado atender aos amplos e relevantes critérios adotados, a Humanize Produções foi selecionada como finalista deste primeiro desafio⁷ realizado no Brasil, circunstância que proporcionou à organização o reconhecimento de seu trabalho e importância enquanto negócio social, tanto no âmbito interno, quanto externo à organização.

2.4 NEGÓCIOS SOCIAIS NA CULTURA

Diante desta abordagem que rompe com os modelos tradicionais tanto de empreendedorismo, quanto das organizações sem fins lucrativos; empreendimentos inovadores como a Humanize Produções surgem com o objetivo de dar apoio a artistas e micro empreendedores – especialmente os de bases comunitárias, ao fomentar projetos culturais, educativos e esportivos, que visam o desenvolvimento sustentável através da promoção de seus conteúdos e processos, estimulando a criatividade e a qualificação profissional.

O empreendimento empenha-se em compreender as dificuldades encontradas por estes artistas e coletivos populares, revelando seus talentos e competências, suas motivações, iniciativas e contexto social, bem como seus modos de articulação. Oferece um *know-how* executivo, técnicas elaboradas de desenvolvimento de projetos, captação de recursos, e lança mão inclusive da utilização de leis de incentivo municipais, estaduais e federais, e de fomentos internacionais, com gestão qualificada e profissionalizada destes recursos.

Na área cultural, as atividades vêm se consolidando especialmente no meio jovem não somente como forma de lazer, mas especialmente como geração de renda, num cenário agravado pelas dificuldades de inserção no mercado de trabalho global. As barreiras

⁷ Yunus Social Business Challenge Brasil. (2017) . Disponível em: <https://comunidad.sociallab.com/challenges/yunussocialbusinesschallengebrasil/idea/30715> [Acesso em: 2020/06/15].

socioeconômicas apresentam enormes desafios a serem enfrentados pelos jovens (e não só) na gestão de seus empreendimentos, e aqui reside parte do impacto de empresas como a Humanize Produções.

No que concerne ao campo sociológico, segundo BOTELHO (2011), ao se considerarem os bens materiais em si, estes podem ser traduzidos na arte, literatura, música e pintura. A Cultura, é assim, o aspeto da vida social que se relaciona com a produção do saber, compreendendo arte, cinema, folclore, mitologia, bem como à sua perpetuação pela transmissão de uma geração à outra. Essa abordagem se refere ao processo social de produção, circulação e consumo de bens simbólicos, ou seja, de diversas manifestações culturais. Faz portanto referência à Cultura não somente pelos bens de consumo cultural, mas como às relações e práticas sociais em que tais objetos e processos estão inseridos.

A mesma autora relata o surgimento de uma nova terminologia para as organizações culturais, difundida pela UNCTAD, as quais foram mais recentemente nomeadas com o termo “Indústrias Criativas”. O conceito surgiu no início da década de 1990 na Austrália, mas só alcançou uma difusão mundial na Inglaterra, no final do mesmo período, quando o governo britânico criou a Força Tarefa para as Indústrias Criativas, que difundiu o conceito como sendo:

[...] aquelas que desenvolvem produtos simbólicos, cuja atividade tem origem na criatividade, talento e competência individual, e que possuem um potencial de riqueza e criação de empregos através da geração e exploração de direitos de propriedade intelectual (LIMEIRA, GOOUVEIA, 2005, p.78)

3. METODOLOGIA

3.1 A CULTURA PARA O DESENVOLVIMENTO: ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

Uma das primeiras definições de Economia Criativa foi elaborada pelo inglês John Howkins, e publicada na obra *The Creative Economy*, em 2001. Desde então este conceito tem-se fortalecido com a aceção de que suas atividades resultam sempre de indivíduos que exercitam seu capital intelectual, imaginação e criatividade explorando seu valor econômico,

através da geração de direitos de propriedade intelectual. A *National Academy of Sciences* dos Estados Unidos publicou em 2003 um estudo com o título *Beyond productivity: information, technology, innovation and creativity*, e por meio dele o conceitua da seguinte maneira:

“Práticas de criatividade cultural também corroboram para a fundação das assim chamadas indústrias criativas, que buscam a lucratividade da produção, da distribuição e do licenciamento. Um componente das indústrias criativas consiste na atividade econômica diretamente relacionada com as artes – em particular artes visuais, artes cênicas, literatura e edição, fotografia, artesanato, bibliotecas, museus, galerias, arquivos, locais tombados pelo patrimônio histórico e festival de artes. O segundo componente consiste na mídia eletrônica e em outras mídias recentes – notadamente de transmissão de imagem, filme, televisão, música gravada e mídia digital e software. E um terceiro componente consiste em atividades relacionadas ao design, tais como arquitetura, design interior, e exterior, design de produto, designs gráfico e de comunicação, além do design de moda.”

Todos os sistemas econômicos têm dimensões culturais e sociais. Na economia criativa, em que o talento individual é crucial, essas dimensões são especialmente importantes. O conceito de Economia Criativa reúne as indústrias criativas, as indústrias culturais, a forma de conceber cidades e *clusters* criativos. Muitos políticos e acadêmicos, particularmente na Europa e na América Latina, empregam o conceito de “economia cultural” ou o termo “economia da cultura” ao lidarem com aspectos econômicos da política cultural. Contudo muitos artistas e intelectuais sentem-se desconfortáveis com a ênfase dada aos aspectos de mercado no debate sobre as indústrias criativas e, conseqüentemente, sobre a economia criativa.

“Economia cultural” pode ser entendida portanto como a aplicação da análise econômica a todas as artes criativas e cênicas, às indústrias patrimoniais e culturais, sejam de capital aberto ou fechado. Ela se preocupa com a organização econômica do setor cultural e com o comportamento dos produtores, consumidores e governos nesse setor. O tema inclui uma variedade de abordagens, de correntes principais e radicais, neoclássicas, de economia do bem-estar, de política pública e de economia institucional.⁸

Desde então, foram concebidos diversos modelos teóricos para tentar compreender e

⁸ De acordo com a definição do *Jornal de Economia Cultural*, uma publicação acadêmica trimestral, em cooperação com a Associação Internacional de Economia Cultural.

sistematizar quais eram os setores abarcados pela Economia Criativa. É possível observar que dentre as características dessa indústria, há um predomínio de médias e pequenas empresas, especialmente no topo do processo da criação. Da mesma forma é possível perceber que os grandes produtores e as corporações multinacionais estão mais ligados às áreas do audiovisual e à distribuição dos produtos criativos.

É justamente essa distribuição global eficiente que pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso do empreendedor criativo. Ainda hoje muitas empresas criativas iniciadas por jovens talentos, mesmo nos países mais avançados, começam em micro empreendimentos. O fato de que muitas dessas “indústrias” podem estar situadas no setor informal agrava esta situação. Para realizar todo o potencial do setor da indústria criativa, há uma necessidade de formular estratégias e políticas que integrem o setor informal, fornecendo apoio jurídico e um ambiente propício para o desenvolvimento dessas atividades de negócios, da mesma forma que esses recursos se estendem para outros setores da economia.

O Relatório de Economia Criativa da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento UNCTAD (2010)⁹ trouxe uma interessante sistematização das formas de classificar as indústrias criativas, como segue:

⁹ UNCTAD/UNDP Creative Economy Report 2010: A feasible development option. Publicação das Nações Unidas UNCTAD/DITC/TAB/2010/3. New York and Geneva. Disponível em: http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf [Acesso em 2020/06/15]

Quadro 1 – Classificação das Indústrias Criativas da UNCTAD

Modelo do Department of Culture, Media and Sports (DCMS)	Modelo da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI)	Modelo da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO)	Modelo da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)
Publicidade Arte e antiguidades Artesanato <i>Design</i> Moda Filme e vídeo Música Artes cênicas Editoras <i>Software</i> Televisão e rádio Videogames e jogos de computador	Indústrias centrais de direitos autorais Publicidade Sociedades de gestão coletiva Filmes e vídeos Música Artes cênicas Editoras <i>Software</i> Televisão e rádio Artes gráficas e visuais Indústrias de direitos autorais interdependentes Material de gravação em branco Eletrônicos para o consumidor Instrumentos musicais Papel Fotocopiadoras Equipamento fotográfico Indústrias de direitos autorais parciais Arquitetura Vestuário, calçados <i>Design</i> Moda Utensílios domésticos Brinquedos	Patrimônio natural e cultural Museus, Sítios históricos e arqueológicos, Paisagens Culturais e Patrimônio natural Espectáculos e celebrações Artes de espetáculo, Festas e festivais e Feiras Artes visuais e artesanato Pintura, Escultura, Fotografia e Artesanato Livros e periódicos Livros, Jornais, revistas e outros materiais impressos Biblioteca (inclusive as virtuais) Feiras do livro Audiovisual e mídias interativas Cinema e vídeo, TV e rádio (incluindo internet), Internet <i>podcasting</i> , Videogames Design e serviços criativos <i>Design</i> de moda, gráfico, de interiores e paisagístico Serviços de arquitetura Serviços de publicidade	Patrimônio Expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais e celebrações) Locais culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições, etc.) Artes Artes visuais (pinturas, esculturas, fotografia e antiguidades) Artes cênicas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc.) Mídia Editoras e mídia impressa (livros, imprensa e outras publicações) Audiovisuais (filme, televisão, rádio e demais radiodifusões) Criações funcionais <i>Design</i> (interiores, gráfico, moda, joalheria e brinquedos) Novas mídias (<i>software</i> , videogames e conteúdo digital criativo)

Independentemente das diferentes classificações possíveis, mais ou menos abrangentes, o que se pode observar como fenômeno mundial é o impacto econômico que essa indústria tem. Nas últimas décadas, as empresas e os empreendedores culturais não só passaram a reconhecer a importância da criatividade como insumo de produção, como também perceberam seu papel transformador e estratégico no sistema produtivo. As reiteradas oportunidades de disseminação e de contratações internacionais precisam dar conta de todas as especificidades e atipicidades para que tais oportunidades de concretizem.

Para complementar o modelo do nexos criativo, é importante rever a estrutura de produção do referido sector. Após um exame mais aprofundado nota-se que grande parte das atividades da Economia Criativa, especialmente nos países menos desenvolvidos, são de pequena escala e não recebem apoio para desenvolvimento empresarial, muitas vezes ficando de fora inclusive da regulamentação governamental existente.

3.2 SOFT POWER E A INTERDEPENDÊNCIA COMPLEXA

Soft power é o poder de conseguir o que se quer por meio de atração, em vez de coerção. O termo foi cunhado pelo professor de Harvard Joseph Nye, no final dos anos 1980. Graduado em ciência política pela Universidade Princeton, com PhD pela Universidade Harvard, Nye é professor emérito de Harvard e ocupou diversas funções no governo americano, dentre elas, Presidente do Conselho Nacional de Inteligência (1993-94) e Secretário-Assistente de Defesa (1994-95). Ele desenvolveu o conceito em seu livro de 2004, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Em oposição ao *hard power*, identificado com o poderio militar ou econômico, utilizado pelas nações que o detêm como forma de defender seus interesses, o *soft power* segundo Nye atua pelo convencimento amigável, a partir de três valores pelos quais um país se compromete: os Valores Políticos, a Cultura e a Política Externa.

No mundo atual da política globalizada, a manutenção do poder se faz cada vez mais complexa e interconectada. Os poderes coercitivos não são os únicos que articulam as influências e passam a se ver obrigados a dividir espaço com tipos de recursos mais intangíveis e sedutores. Para que o poder seja bem aplicado e o jogador tenha a possibilidade e a capacidade de desequilibrar a balança ao seu favor e se torne, ou se mantenha, como potência hegemônica, ele deve aprender a se articular dentro desse jogo.

À medida que os países trabalham para entender o contexto em rápida mudança e ajustar as suas estratégias de acordo, os recursos de *soft power* são uma parte crítica das ferramentas de política externa necessárias para o futuro. Os países mais hábeis em usar este “poder brando” para facilitar a colaboração positiva estarão melhores posicionados para enfrentar a atual incerteza e instabilidade geopolítica e, finalmente, moldar os eventos globais e lidar com a interdependência complexa corrente. Mais do que nunca, o sucesso num ambiente global depende da capacidade de atrair, construir e mobilizar redes de atores para trabalhar em colaboração.

Em sua quinta edição, o relatório *Soft Power 30*¹⁰, publicado pela consultoria *Portland Communications*, analisa dados de 30 países para constituir um ranking do *soft power*. Nele

¹⁰ Mcclory, Jonathan. (2019) The Soft Power 30 Report. Portland and the University of Southern California's Center on Public Diplomacy Disponível em <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>. Acesso em [2020/08/17]

o Brasil se destaca pela Cultura e o engajamento. O indicador cultural coloca o Brasil na 14ª posição entre 30 países, já na pontuação geral, cai para 26º lugar. O estudo estabelece seu ranking com base em dados agrupados em seis dimensões, que indicam para cada país:

- **DIGITAL:** Sua infraestrutura digital e sua capacidade para a diplomacia digital;
- **CULTURA:** O alcance e o apelo global da sua produção cultural, seja no âmbito da cultura de massa ou da "alta" cultura (erudito);
- **EMPREENDEDORISMO:** A atratividade do seu modelo econômico, ambiente negocial amigável e capacidade para a inovação;
- **EDUCAÇÃO:** A qualidade do seu capital humano, investimentos em bolsas de estudo e atratividade para estudantes de outros países;
- **ENGAJAMENTO:** A força da sua rede diplomática e sua contribuição para o engajamento e desenvolvimento global;
- **GOVERNO:** Seu comprometimento com a liberdade, os direitos humanos e a democracia, e a qualidade das suas instituições políticas.

Além destes critérios, baseados em indicadores objetivos, compilados de diversas fontes, a pesquisa incluiu entrevistas com 11 mil pessoas em 25 países, sobre a percepção subjetiva em relação a países estrangeiros.

Figura 4 – Ranking global do Soft Power 30: Brasil, 2017, 2018 e 2019



Fonte: The Soft Power 30 (2019)

3.3 A COOPERAÇÃO NOS NEGÓCIOS DA CULTURA: CENÁRIO GLOBAL

Se por um lado os processos multilaterais são a essência das políticas internacionais e a força motriz que faz com que a agenda econômica e de desenvolvimento internacional avance; de outro a importância da Cultura e da Economia Criativa não pode ser vista como algo isolado. Nota-se o crescimento e a inovação crescente do sector num ritmo sem precedentes em regiões que antes se encontravam atrás da curva de desenvolvimento, e os processos globais desempenham uma função fundamental na formação de políticas públicas em nível nacional e internacional. Negociações multilaterais e debates intergovernamentais em organizações internacionais, principalmente no âmbito das Nações Unidas e na OMC são primordiais para estimular o avanço da ação internacional e garantir que todos os benefícios econômicos e de desenvolvimento da Economia Criativa sejam concedidos nos países em desenvolvimento.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável trouxeram mais complexidade para a discussão, pois agora cada país tem uma agenda nacional e uma internacional, e tem que reportar os avanços nessas metas. No cenário atual os atores na cooperação Sul-Sul enfatizam cada vez mais o interesse mútuo de comércio e investimento, usando instrumentos de ajuda combinada e financiamento comercial. Investem como marca, associando programas de cooperação à sua política externa, compartilhando conhecimento e fundos, para fazer parte do sistema global, sem necessariamente contribuir diretamente para APD – Ajuda Pública ao Desenvolvimento e para a métrica dos fundos públicos que entram na meta 0,7% da ONU para programas de cooperação para o desenvolvimento.

Embora a APD ainda seja muito importante para muitos países, há uma mudança acontecendo no sentido de um esforço global. Neste contexto cabe destacar a criação de um novo indicador pela OCDE: o TOSSD – *Total Official Support Sustainable Development*. Países africanos, a China, Argentina e o Brasil fazem parte do grupo que está à frente do esforço de criação deste novo modelo, a fim de que se possa medir toda a contribuição para os bens públicos oficiais. Depreende-se daí a necessidade de medir não só o que se faz em termos financeiros, mas também a relevância das políticas que estão sendo implementadas.

Há questões importantes a evidenciar no que diz respeito às dificuldades associadas à construção dos indicadores de desenvolvimento sustentável, nomeadamente consideradas as falhas de informação sobre o funcionamento dos ecossistemas e a dificuldade na

quantificação física e monetária dos impactos das atividades humanas sobre os ecossistemas.

A situação atual do planeta parece exigir que a medição da sustentabilidade seja substancialmente melhorada. Destaque-se ainda que a diferença entre APD, em seu estrito senso de financiamento público e o TOSSD é justamente a inclusão do setor privado e de novos atores, como a filantropia de alto impacto e doações privadas canalizadas por agências não-governamentais. Dessa forma é possível reconhecer ao menos três modelos de agências:

- **IMPLEMENTAÇÃO:** Tem um orçamento próprio, fazem os projetos, buscam parceiros quando necessário, querem ser vistas como braço bilateral da política externa;
- **IMPLEMENTAÇÃO + ACONSELHAMENTO:** Agregam pesquisa e inteligência para ajudar governos a desenvolver programas de cooperação para o desenvolvimento, e a implementação normalmente é alocada a parceiros subcontratados;
- **ACONSELHAMENTO POLÍTICO:** instituições mais com o viés de pesquisa.

O atual reequilíbrio global deve ser visto como um apelo urgente à ação dos líderes e de formuladores das políticas externas. Sem dúvida, os responsáveis pela definição da política externa de seus países precisam estar preparados para os tempos incertos que estão por vir. As crises exercem um impacto profundo no desenvolvimento, e prejudicam as oportunidades de empregos, de crescimento e bem-estar econômico e social, comprometendo severamente o cumprimento das metas dos ODS, e sem sombra de dúvidas o ano de 2020 deixará sua indelével marca na história.

A análise do relatório “Tendências e desafios do desenvolvimento global - Horizonte 2025 Revisitado” produzido por Homi Kharas e Andrew Rogerson, demonstra que esse marco está envolto em maior incerteza do que nunca, especialmente em relação a desafios fundamentais, mas anteriormente imprevisíveis, à globalização e à governança global. O cenário pós pandemia de Covid-19 agravou ainda mais este contexto já sombrio. A alta capacidade de transmissão do vírus, aliada a um alto número de contágios e mortes, gerou uma crise sanitária que forçou as maiores economias do mundo a, bruscamente, apertarem os freios.

Nesse panorama, o setor cultural, que tem a proximidade, o vínculo e a troca constante com o público como um elemento primordial de sua existência, é sem dúvida um dos mais afetados. A crise da pandemia acelerou uma tendência de digitalização já em andamento. A

Cultura em seus tradicionais canais de teatros, salas de espetáculo, museus, galerias e cinemas foram os primeiros a encerrarem suas atividades e serão provavelmente dos últimos a poderem voltar a operar em sua normalidade. Posto que a Economia Criativa não é solução única, ela coloca-se entretanto como uma opção viável para estimular o desenvolvimento, por tratar de questões econômicas, culturais, sociais, e também tecnológicas.

Desde 2000, a UNCTAD promove a ação política internacional para auxiliar os países em desenvolvimento no aprimoramento de suas indústrias criativas e, conseqüentemente, de suas economias culturais, visando ganhos comerciais e de desenvolvimento. Na Conferência Ministerial da UNCTAD XI, realizada em São Paulo, em 2004, o tema relacionado a indústrias criativas foi introduzido na agenda econômica e de desenvolvimento internacional¹¹ pela primeira vez em regime de recomendação feita pelo Comitê de Alto Nível sobre as Indústrias Criativas e Desenvolvimento. O São Paulo Consensus, negociado entre 153 países¹², declarava que:

“As indústrias criativas podem ajudar a estimular as externalidades positivas, preservando e promovendo as heranças e diversidades culturais. Aprimorar a participação e os benefícios dos países em desenvolvimento diante de oportunidades novas e dinâmicas de crescimento no comércio mundial é importante para a obtenção de aumento de ganhos com o comércio internacional e negociações comerciais, além de representar um resultado positivo para os países desenvolvidos e em desenvolvimento (parágrafo 65).

Os Estados-Membros reconheceram que "as indústrias criativas representam um dos setores mais dinâmicos no sistema do comércio global" e que "sua dupla funcionalidade, econômica e cultural, exige respostas políticas inovadoras"¹³. O Comitê de Alto Nível, com a presença do secretário-geral da ONU, declarava que "medidas especiais eram necessárias para o desenvolvimento das indústrias criativas em nível internacional, especialmente na área comercial e de financiamento e na garantia da diversidade cultural nos países em desenvolvimento". O Comitê também afirmava que "esforços internacionais maiores e mais bem coordenados eram necessários para a promoção de uma maior colaboração entre as diferentes agências internacionais e da comunidade de investimentos".¹⁴

O comitê discutiu estratégias políticas, processos multilaterais, experiências nacionais,

¹¹ Deliberação baseada na UNCTAD (2004). Creative Industries and Development.

¹² Consulte São Paulo Consensus, presente no relatório UNCTAD (2004), UNCTAD XI High-level Panel on Creative Industries and Development Agenda.

¹³ UNCTAD (2004). Summary of High-level Panel on Creative Industries, paragraph 4

¹⁴ Ibidem, paragraph 7

ferramentas de avaliação e áreas de cooperação internacional, visando o aprimoramento de capacidades criativas em países em desenvolvimento. Além disso, reconheceu que o trabalho da UNCTAD na área de economia criativa e de indústrias criativas deve prosseguir e ser aprimorado. Os participantes expressaram apoio à UNCTAD para fortalecer as sinergias com as agências das Nações Unidas, especialmente com a Unidade Especial para Cooperação Sul-Sul do PNUD, UNESCO, OMPI e CCI. A UNCTAD deveria portanto continuar a cumprir os seus mandatos e auxiliar os governos em questões relacionadas à dimensão do desenvolvimento da economia criativa, de acordo com os três pilares de seu trabalho: (a) estabelecimento de consenso, ao fornecer uma plataforma de debates intergovernamentais; (b) análise orientada a políticas, ao identificar os principais problemas que permeiam a economia criativa e a dinâmica das indústrias criativas nos mercados mundiais; e (c) cooperação técnica, ao auxiliar os países em desenvolvimento a aprimorar suas economias criativa para obtenção de ganhos comerciais e de desenvolvimento.

4. ESTUDO DE CASO

4.1 A HUMANIZE PRODUÇÕES

Desde 2011 a Humanize Produções tem como propósito empreender na Cultura para obter impacto social positivo. O faz através de projetos que cooperam para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, e com a prestação de serviços de Curadoria, Desenvolvimento de Projetos Culturais e sua adequação às leis de incentivo, Produção Executiva Nacional e Internacional, Prestação de Contas e Formações por meio de Oficinas e Workshops. Sua estrutura base é formada atualmente por 3 sócios, e o quadro de prestadores de serviços flutua em conformidade com a quantidade de projetos em execução, bem como com os locais de realização dos mesmos.

É bastante recorrente a contratação de mão de obra sazonal e qualificada nos diferentes municípios, estados e países onde a empresa atua, tendo em seu histórico por exemplo, já realizado projetos simultaneamente em 4 capitais brasileiras. O vídeo institucional lançado em 2020 traduz de modo imagético esse conceito e pode ser assistido no canal do youtube pelo link a seguir: <https://www.youtube.com/watch?v=rxUQcMkm6YQ>.

4.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Destre os serviços fundamentais a **Curadoria** se coloca como ponto-chave de contato entre os artistas, as organizações e a ocupação de diferentes espaços, a fim de criar momentos e experiências diversas, com uma proposta de ações a partir de ideias, reflexões, e práticas, que lançam mão de diferentes linguagens artísticas e pontos de vista, e do qual resultam festivais, mostras, exposições, espetáculos e intercâmbios culturais. Para o **Desenvolvimento de Projetos Culturais** conta com uma equipe bilingue especializada nos formatos exigidos pelas diversas legislações de incentivo, mecanismos de apoio e de financiamento à produção cultural nacional e internacional, compreendendo que quando se dispõe de um projeto bem elaborado, sua aprovação pelas instituições de fomento e patrocínio torna-se exequível.

A **Produção Executiva** é o carro chefe que engloba uma atuação técnica e artística experimentada em todas as etapas de trabalho dos projetos culturais, desde a definição e o monitoramento do cronograma de atividades à gestão do orçamento, passando pelo plano de divulgação e comercialização, distribuição dos produtos culturais e das contrapartidas sociais. Em seu histórico contabiliza realizações com artistas nacionais e internacionais, tanto no Brasil como no exterior. Consoante à mesma lógica, todo projeto cultural incentivado passará pela análise de sua **Prestação de Contas**, e oferece então uma assessoria qualificada nesta fase crucial de comprovação dos projetos, desde a demonstração dos pagamentos previstos nos orçamentos aprovados, aos recolhimentos obrigatórios, e a conformidade com as exigências legais e contabilísticas. É nesta etapa que avaliam também se os objetivos e as metas do projeto foram devidamente alcançados, e auxiliam na sistematização das informações e na produção de relatórios financeiros e de atividades.

Com uma proposta de disseminação de conhecimento, ministram também **Formações Técnicas** essenciais para a elaboração de projetos sociais e culturais, de modo a oferecer melhores condições de concorrência para indivíduos e gestores de instituições, com propostas de atividades norteadas pela utilização de habilidades práticas e pensamento estratégico, em consonância com os ODS da ONU.

Essa metodologia auxilia tanto nas tomadas de decisões, quanto em suas implementações efetivas, e posteriores avaliações de resultados e de impacto. A carga horária e os conteúdos

são customizados para áreas específicas, compreendendo a multiplicidade das linguagens abrangidas no setor em que operam.

Figura 5 – Menção Honrosa da Câmara Paulista para a Inclusão da Pessoa com Deficiência por Heróis à Vista.

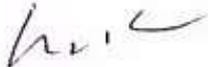


São Paulo, 27 de julho de 2017.

A Comissão Organizadora do 26º Aniversário da Lei de Cotas agradece o apoio e participação da Humanize Produções com o Projeto Heróis à Vista na celebração dos 26 anos da Lei de Cotas (Lei 8.213/91), realizada no dia 24 de julho de 2017 das 10h às 15h na Praça das Artes – Av. São João, 281 – Centro – São Paulo/SP.

A construção de uma sociedade mais inclusiva se dá com o envolvimento de todos e todas, agradecemos por contar com sua parceria e atuação na defesa da inclusão dos trabalhadores com deficiência e reabilitados.

Atenciosamente


 José Carlos do Carmo
 Coordenador Estadual do Projeto de Inclusão da
 Pessoa com Deficiência do Ministério do Trabalho

A Humanize Produções tem como missão “empreender na cultura buscando impacto social positivo e sustentabilidade”, pois entende a cultura e o conhecimento como portais de transformação e busca democratizá-los ao promover o seu acesso e estreitar os laços entre comunidades, parceiros e empresas. Busca ser referência nacional e internacional pela qualidade e gestão dos projetos desenvolvidos. É norteada pelo respeito, a humanidade, a cooperação, a inovação, a criatividade, a inclusão, o cuidado e a sustentabilidade como valores fundamentais.

Em seus 10 anos de existência construiu importantes parcerias nos setores público e privado, nacional e internacionalmente, realizando ações no Teatro, Circo, Dança, Música, Cinema, Artes Visuais, Literatura e Esportes. Colaborou para soluções dos problemas sociais ao trabalhar com indivíduos, coletivos e instituições críticas, artísticas e intelectualmente curiosas, armadas com o conhecimento e a mentalidade necessárias para este enfrentamento no Brasil e no mundo.

Pelo impacto de seus projetos e iniciativas, em 2016 foi finalista do 1º YUNUS Social

Business Challenge no Brasil e por duas vezes recebeu a menção honrosa da Câmara Paulista para Inclusão da Pessoa com Deficiência pelos trabalhos com os espetáculos teatrais ‘Heróis à Vista’ em 2017 e ‘Floresta dos Mistérios’ em 2020.

A partir destas premissas, compromissos e aprendizados, continuamente orienta suas estratégias de modo a cooperar para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, integrando esses objetivos e suas metas nos projetos desenvolvidos. A avaliação do impacto desta estratégia implica regularidade no empenho dos países, por meio de seus governos, sociedade civil, empresas e representantes de múltiplos grupos de interesse.

Transformar esta visão em realidade é, essencialmente, da responsabilidade dos governos, mas exige também novas parcerias e a solidariedade internacional, e é aqui que ações como as empreendidas pela Humanize Produções tomam relevância.

Figura 6 – Menção Honrosa da Câmara Paulista para a Inclusão da Pessoa com Deficiência por Floresta dos Mistérios.



Com o passar dos anos, estes aprendizados e aprimoramentos foram fundamentais para incorporar uma estratégia que mirasse diretamente nos ODS desde o marco zero de desenvolvimento de cada projeto e suas ações, e a assertividade foi ganhando corpo ao longo do tempo, como se pode verificar pelos resultados alcançados.

4.3 A INTEGRAÇÃO DOS ODS NOS 10 ANOS DE ATUAÇÃO

Projetos como o **Heróis à Vista** e o **Floresta dos Mistérios** contribuíram para os **ODS 10 - Redução das Desigualdades**, nomeadamente com a META 10.2. Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, económica e política de todos, independentemente da idade, sexo, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição económica ou outra; para o **ODS 16 - Paz, Justiça e Instituições Eficazes**, META 16.7. Garantir a tomada de decisão responsável, inclusiva, participativa e representativa em todos os níveis, e para o **ODS 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis**, META 11.7. Até 2030, proporcionar acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes, particularmente para as mulheres e crianças, pessoas idosas e pessoas com deficiência.

O **“Workshop - Você se importa? Elaboração de projetos sociais voltados a mulheres em vulnerabilidade”**, oferecido no âmbito do Festival Feminista de Lisboa colaborou com o **ODS 5 - Igualdade de género**, particularmente com a META 5.1 - Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em toda partes, e 5.b Aumentar o uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres.

O **Projeto Palhassentar a Terra**, premiado com o PROAC – Programa de Ação Cultural do Governo do Estado de São Paulo colaborou para os **ODS 3 - Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades; ODS 4 - Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos; ODS 10 - Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles; e ODS 11 - Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis**, ao oferecer atividades em 09 municípios, circulando entre assentamentos de sem terra, escolas, jornadas universitárias, galpões e praças em regiões rurais do Estado de São Paulo, contemplando a população com as apresentações do espetáculo Cromossoms, oficinas de palhaçaria e rodas de conversas,

chamados de “Papo de Picadeiro”, e que tiveram como objetivo a ampliação do espaço de discussão e troca em comunidades em situação de vulnerabilidade social.

Já o projeto **Paisagens Gastronômicas**, trabalhou com o entendimento do alimento enquanto Cultura e como elemento essencial na formação da identidade do povo, essencial para definir o foco de suas pesquisas. Entre os critérios adotados para selecionar as iniciativas de produção relevantes estiveram a diversidade regional e os produtos endógenos resultantes, a qualidade do terroir, o resgate de técnicas tradicionais e a inovação nos processos sustentáveis de produção alimentar. O projeto que também foi chancelado pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, resultou num livro que mapeou mais de 35 produtores ao longo de 5 mil quilômetros rodados no estado de SP, e colaborou para os **ODS 2 - Fome Zero e Agricultura Sustentável**, e acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável, META 2.4 Até 2030, garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas robustas, que aumentem a produtividade e a produção, que ajudem a manter os ecossistemas, que fortaleçam a capacidade de adaptação às mudança do clima, às condições meteorológicas extremas, secas, inundações e outros desastres, e que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo, e META 2.1 Até 2030, acabar com a fome e garantir o acesso de todas as pessoas, em particular os pobres e pessoas em situações vulneráveis, incluindo crianças, a alimentos seguros, nutritivos e suficientes durante todo o ano. **ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico**, Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho decente para todos, META 8.9 Até 2030, conceber e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais, e META 8.4 Melhorar progressivamente, até 2030, a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental, de acordo com o "Plano Decenal de Programas Sobre Produção e Consumo Sustentáveis”, com os países desenvolvidos assumindo a liderança e **ODS 12 - Consumo e Produção Responsáveis**, META 12.3 Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, em nível de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita, 12.5 Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso, META 12.2 Até 2030, alcançar gestão sustentável e uso eficiente dos recursos naturais.

Estes são alguns dos projetos mais recentes que exemplificam a integração dos ODS no escopo dos projetos que utilizam a cultura como ferramenta de apoio ao desenvolvimento sustentável.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 A CRIAÇÃO DOS INDICADORES

Os indicadores são um retrato do empreendimento, e neste sentido é possível por meio deles vislumbrar os seus processo e resultados. Importa no entretanto perceber que não resumem-se à quantidade de projetos realizados ou o número de pessoas atendidas, mas sim o quanto as pessoas impactadas por eles se sentiram satisfeitas com o que receberam, e de forma estes contribuíram para os ODS.

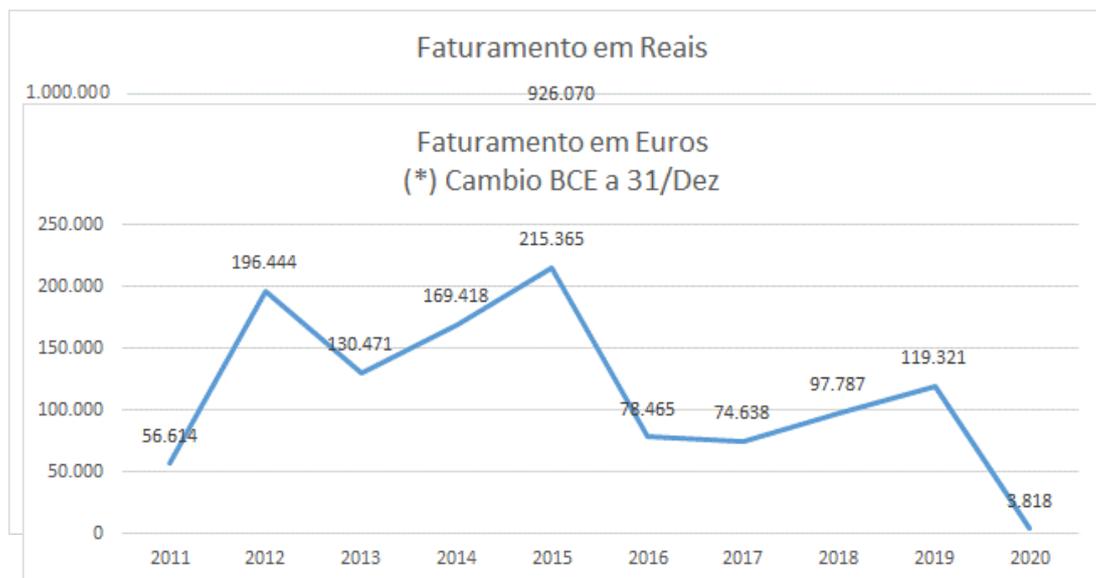
Para esta análise, foram então definidos como indicadores quantitativos prioritários, que buscam compreender a dimensão econômica do negócio: (a) Facturamento anual, (b) Quantidade de atendimentos, (c) Tipologia e Quantidade de Contratantes, (d) Quantidade de Cidades e Países onde aconteceram atividades, (e) Quantidade de Grupos e artistas representados e (f) Quantidade de Linguagens artísticas.

Já os indicadores qualitativos foram observados a partir de depoimentos, das respostas coletadas nos questionários de avaliação de atividades disponíveis, e no questionário de avaliação de geral dos 10 anos. Estes instrumentos buscaram alcançar a percepção das pessoas impactadas diretamente em caráter complementar, considerando a dificuldade em mensurar quantitativamente essa percepção em relação aos resultados expressos por números, e que portanto seria insuficiente para entender o contexto.

5.2 INDICADORES QUANTITATIVOS

(a) Facturamento Anual em Reais e em Euros. O levantamento foi feito com base nas notas fiscais emitidas e contratos, em consonância com os balanços anuais da empresa, e totaliza um facturamento de janeiro de 2011 à junho de 2020 de mais de **4.039.167 reais**, equivalente à aproximadamente **667.630,91 euros**, se aplicada a taxa de câmbio Real x Euro

do Banco Central Europeu a 30 de junho de 2020. Para termos de comparação no tempo, foi aplicada no segundo gráfico a taxa de câmbio anual Real x Euro, segundo valores do Banco Central Europeu na data de 31 de dezembro, à exceção de 2020, cujo facturamento corresponde aos meses de janeiro a junho, com taxa de câmbio de 30 de junho de 2020.

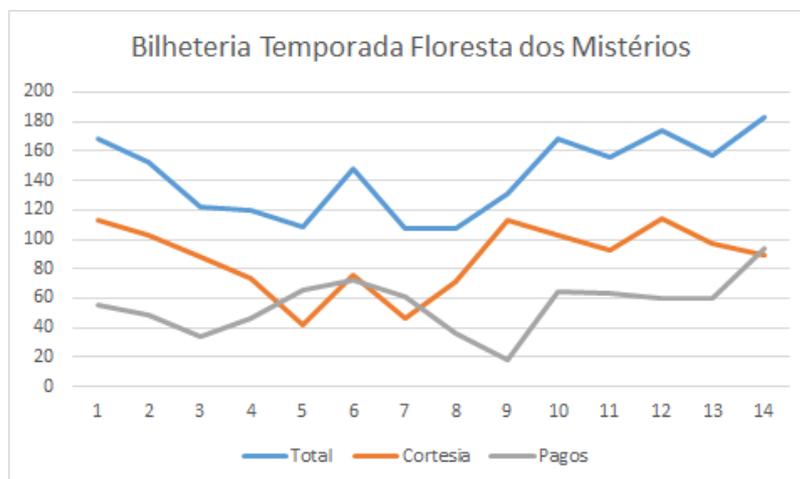


Fonte: Notas fiscais e balanços anuais da empresa.

(b) Quantidade de atendimentos. As atividades realizadas com venda de ingressos e/ou controlo de borderô puderam ter a contabilização de público exata, entretanto outras tantas foram estimadas tomando por base registros fotográficos e áudio visuais dos relatórios de atividades e de divulgação nas paginas oficiais do Facebook e Instagram. Dentre as atividades, foi possível destacar alguns projetos e seus indicadores quantitativos de atendimento. São eles:

(b1) Floresta dos Mistérios: Aprovado na Lei de incentivo Federal a Cultura no Brasil, com patrocínio de **349.750,50 reais**, aproximadamente **92.039,60 euros**, da Volkswagen Financial Services, e apoio do Instituto Alfa de Cultura, o projeto realizou a temporada do espetáculo homônimo em São Paulo. Foram realizadas **18** apresentações no total, sendo **14** delas aos finais de semana, com ingressos vendidos a preços populares e **4** delas totalmente gratuitas durante a semana para grupos escolares e instituições sociais, totalizando um público de **2001** pessoas durante a temporada. Deste total de ingressos, foram destinados gratuitamente: **455** para Cooperativas, **1067** para Escolas e **270** para ONGs. Foram **54** profissionais contratados para a ficha técnica deste espetáculo. O site do projeto; que disponibilizou para download gratuito o material de apoio pedagógico para educadores:

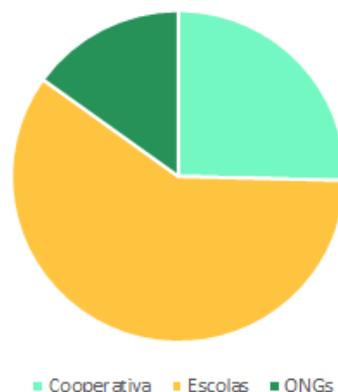
“**Pequeno Guia da Empatia**”; teve média de acessos de 521 pessoas por semana, ao longo de 8 semanas, totalizando **4.168** visitantes.



Cessão dos Ingressos - Quando



Cessão dos Ingressos - Por Tipo



Fonte: Relatório de Atividades do Projeto Floresta dos Mistérios.

(b2) **Palhassentar a Terra**: O projeto foi vencedor do Prêmio do Edital 11/2017 de Circo do PROAC – Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo, e contou com o apoio no valor de **60 mil reais** (aproximadamente **16 mil euros**). Ao longo de **7 meses** realizou a circulação do espetáculo “Somos Cromossomos” por **09 municípios** do estado de São Paulo, atingindo um público direto de **2.346** pessoas em assentamentos, escolas, jornada universitária, galpões e praças em regiões rurais do Estado de São Paulo, contemplando a população com as apresentações do espetáculo, oficinas de palhaçaria e rodas de conversas. A ficha técnica contou com **13 contratações diretas**.

Fonte: Relatório de Atividades do Projeto PalhAssentar a Terra.

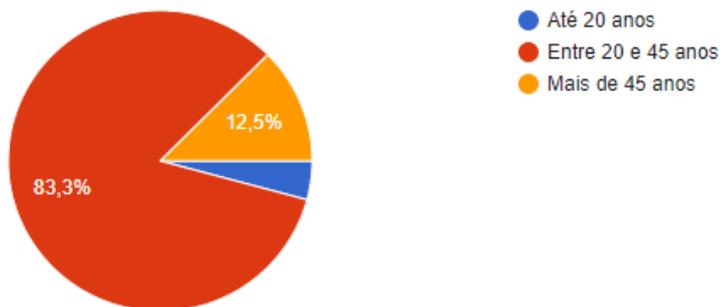
(b3) **Paisagens Gastronômicas:** Aprovado pelo PROAC – Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo, com patrocínio do St. Marché, e apoio da Peugeot, o projeto Paisagens Gastronômicas realizou uma expedição documental que percorreu mais de **5 mil quilômetros** no estado de São Paulo, de julho a setembro de 2019, mapeando e documentando experiências sustentáveis de **35** pequenos produtores de alimentos, que resultou no livro homônimo com tiragem de **1.500** exemplares. Em sua ficha técnica contou com mais de **20** profissionais contratados. Fonte: Relatório de Atividades do Paisagens Gastronômicas.

(b4) **Oficinas Culturais do ESPRO - Ensino Social Profissionalizante:** Em parceria com a ONG de formação profissional, foram realizadas oficinas culturais nas modalidades de Teatro, Dança, Canto/Coral e Violão, com **220** jovens, no período de **7 meses**, simultaneamente em **4 capitais** brasileiras: São Paulo, Curitiba, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, e promovidas vivências nas áreas de produção cultural, iluminação cênica, cenografia e áudio visual. Como resultado foi montado um musical que levou ao palco estes jovens, que se apresentaram para seus familiares, professores e empregadores. Projeto no valor de **683 mil reais**, aproximadamente **163 mil euros**, e com mais de **30** profissionais contratados. Fonte: Relatório de Atividades do Projeto Oficinas Culturais do ESPRO.

(b5) **WORKSHOP -“Você se importa?” no Festival Feminista de Lisboa:** Proposta de atividade advinda da sinergia do FFL 2019, com a Humanize Produções, o Íntimo Colorido, e a UMAR-União de Mulheres Alternativa e Resposta para colaborar com uma intervenção social refletida e apoiada em estudos técnicos e metodologias científicas, com vistas ao ODS 5. Dos **90 inscritos**, foram confirmadas a participação de **50** pessoas devido à limitação do espaço de atendimento, tendo ficado outras **40** pessoas em lista de espera, o que demonstra uma demanda reprimida no atendimento. A atividade foi gratuita, e sobre o perfil das participantes pode-se averiguar que:

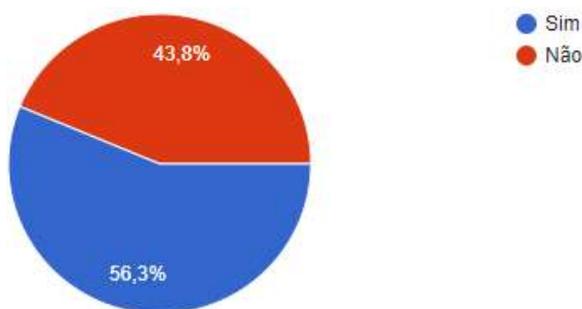
Idade

48 respostas



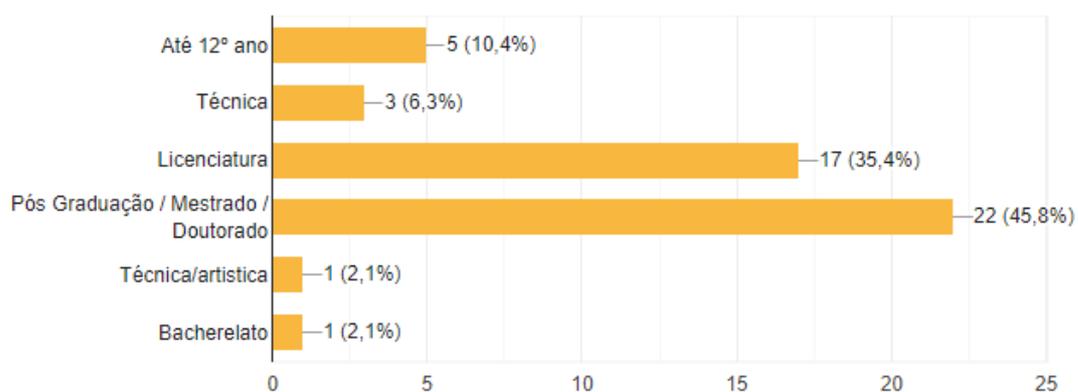
Trabalha ou já trabalhou com projetos sociais ou culturais?

48 respostas



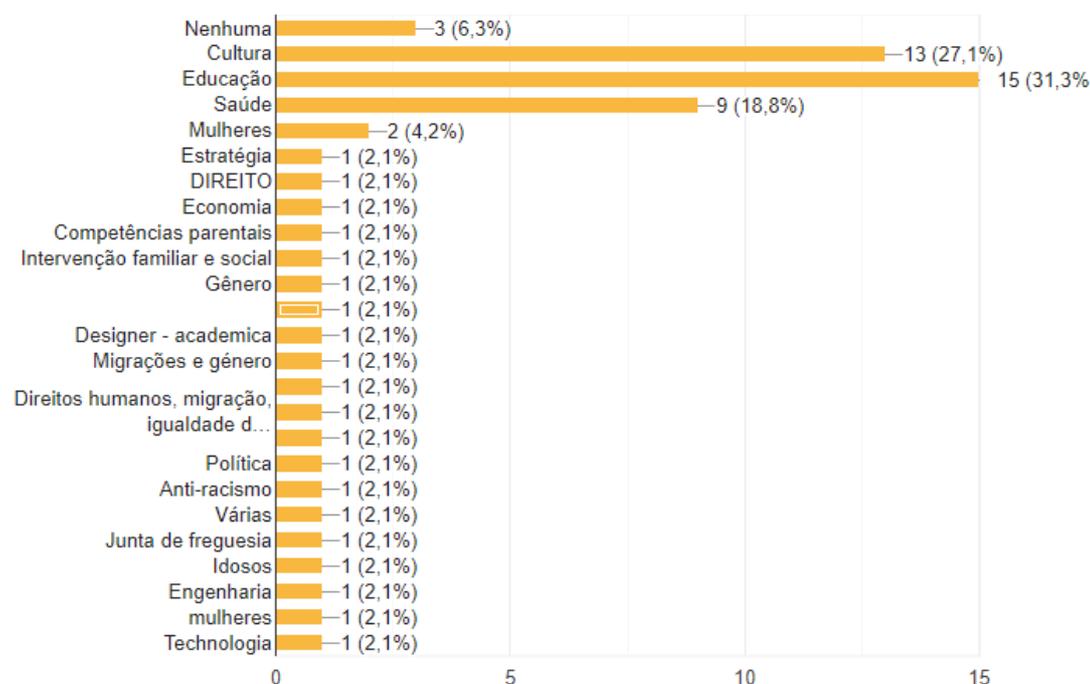
Escolaridade

48 respostas



Qual sua área de atuação?

48 respostas



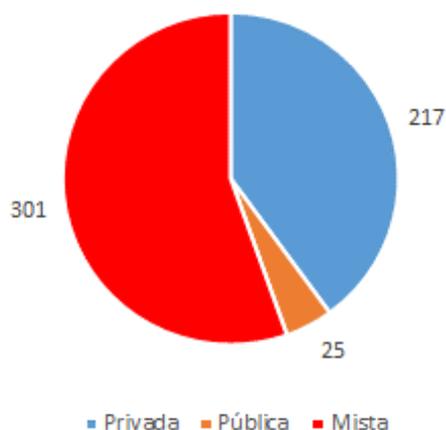
Fonte: Relatório de Atividades do Workshop “Você se Importa”.

(c) **Tipologia e Quantidade de Contratantes.** Para melhor compreensão da abrangência da atuação, foi possível categorizá-los primeiramente quanto suas esferas **Pública, Privada ou Mista**. Essa categoria ‘Mista’ dá conta de relevantes contratantes da Humanize, como o SESC e o SESI, que integram o chamado ‘Sistema S’. O ‘Sistema S’ reúne entidades empresariais voltadas para o treinamento profissional, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica, e embora sejam privadas e administradas por federações e confederações patronais, são mantidas por contribuições compulsórias estipuladas em lei e administram recursos públicos.

Outras tipologias segmentam entre sua natureza de atividades: Bibliotecas, Centros Culturais, Conselhos Escolares, Cooperativas, Editoras, Escolas, Estados, Municípios, Museus, ONGs, Partido Político, Pontos de Culturas, Produtoras Culturais, SESC, Streaming, TVs, Universidades, Internacionais e a própria Humanize, uma vez que é proponente de projetos incentivados por lei e para os quais presta serviços e emite notas fiscais.

Assim, entre janeiro de 2011 e julho de 2020 foram analisadas **543** contratações, desta forma segmentadas:

Tipologia dos Contratantes



Tipo	Qnt	Pontos de Cultura	Qnt
Escola	1	Editoras	7
SESI	1		9
Streaming	1	Museus	9
Internacionais	2	Fundação	12
Conselho Escolar	2	Outras Empresas	12
Partidos Políticos	2	Cooperativas	18
Prefeituras	2	TVs	20
Centros Culturais	3	ONGs	25
SMC (**)	3	Humanize	26
Bibliotecas	4	Outras Produtoras	116
Universidades	4	SESCs	260
SME (*)	5		
Tipo			
Qnt			

(*) Secretarias Municipais de Educação

(**) Secretarias Municipais de Cultura

(d) Quantidade de Cidades e localização dos contratantes: 37 cidades brasileiras, distribuídas em 5 estados das regiões sudeste, centro oeste e sul, 1 na europa e 1 no médio oriente.

São elas: Araraquara, Barueri, Bauru, Belo Horizonte, Bertioga, Botucatu, Caieira, Campinas, Catanduva, Cotia, Duque de Caxias, Florianópolis, Goiânia, Guarulhos, Jundiaí, Martinópolis, Osasco, Piracicaba, Presidente Prudente, Registro, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro, Santo André, Santos, São Bernardo, São Caetano, São Carlos, São João do Meriti, São José do Rio Preto, São José dos Campos, São Paulo, São Sebastião, Sorocaba, Taubaté, Uberlândia, Roterdão e Kwait.

(e) Quantidade de Grupos e artistas representados: 55 companhias e artistas, oriundos de 7 estados do Brasil, e outros 6 países em 3 continentes, entre eles: São Paulo e Rio de Janeiro (Sudeste), Bahia e Sergipe (Nordeste), Acre (Norte), Santa Catarina e Rio Grande do Sul (Sul), e de artistas internacionais da Inglaterra, Espanha, Holanda, Portugal, Cabo Verde e Uruguai.

(f) Linguagens artísticas escolhidas: 10 macro linguagens, entre TV, Teatro, Música, Cinema, Dança, Artes Visuais (*vídeo mapping* e mídias interativas), Artes Plásticas (exposições e grafite), Circo, Literatura (edição de livros e mediação de histórias) e Esportes.

5.2 INDICADORES QUALITATIVOS

Depoimento de contratante: “Conheci a Humanize trazendo eles para ações no Programa Escola da Família, da Secretaria da Educação do Estado de SP, onde o profissionalismo, dinâmica e criação foram fundamentais para execução de dois eventos cruciais e relevantes da gestão, o Lançamento do GOL – Guia de Orientação Local no Museu do Futebol, parte das ações da Copa do Mundo do Brasil 2014, e o Encontro de 10 anos do Escola da Família no Parque da Água Branca para 15 mil pessoas e presença do Governador. A execução impecável me faz valorizar muito a forma ímpar que realizam!” Fabricio Caruso, Relações Institucionais e Colunista do jornal Diário de S.Paulo.

Depoimento de Patrocinador: “Adoramos o projeto Floresta dos Mistérios, todos os temas que ele tratou, a cenografia, o elenco, as músicas, e também todo o cuidado com nossa marca

e convidados. Recebemos ótimos feedbacks do pessoal que compareceu. Ficamos muito felizes com esse patrocínio e que vocês possam seguir com projetos igualmente mágicos e relevantes." Thais Corrêa, CRM & Executiva de Propaganda da Volkswagen Financial Services.

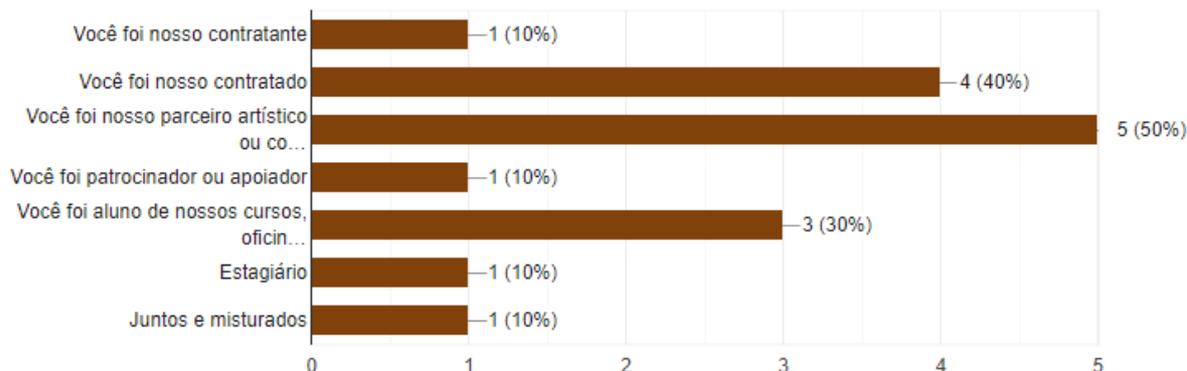
Depoimento de Parceiro Artístico:"A Humanize pra mim é uma parceira para concretizar sonhos, mas não qualquer tipo de sonho e sim sonhos que ajudem a construir um mundo melhor e mais acolhedor para TODAS as pessoas. ” Márcio Araújo. Autor e diretor teatral, ganhador dos prêmios APCA e Melhor Infantil pela Unesco da América Latina.

Depoimento de Ex Aluna: “Eu agradeço imensamente tudo que a Humanize proporcionou para mim. Sem ela, não estaria onde estou hoje, seguindo meus objetivos e buscando ser atriz. ”. Natália Borges, ex aluna das Oficinas Culturais.

Questionário Geral:

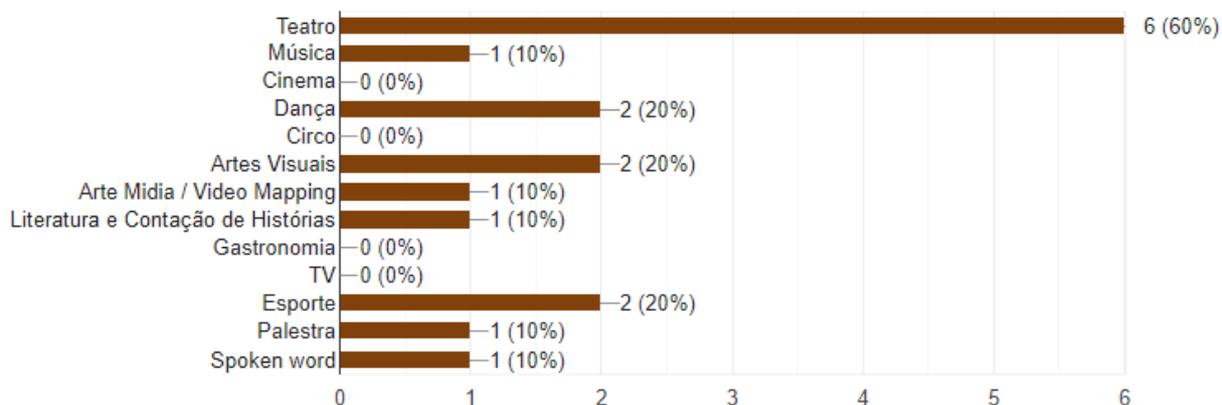
Em que circunstâncias estivemos juntos?

10 respostas



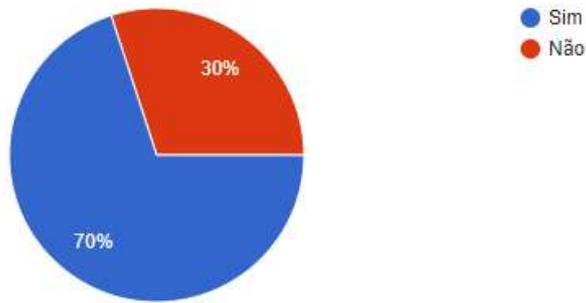
Em quais áreas ou linguagens trabalhamos juntos?

10 respostas



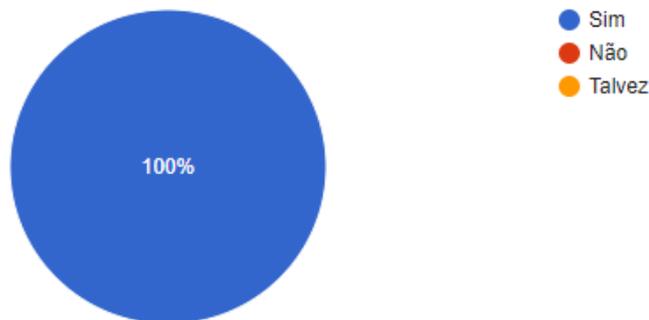
Conhece os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU?

10 respostas



Acredita na Cultura como ferramenta de desenvolvimento humano e transformação social?

10 respostas



Quais foram suas impressões ao trabalhar conosco?

10 respostas

- Qualidade e competencia.
- Boas
- Muito bom, tive a oportunidade de atuar pela primeira vez numa peça profissional.
- entrañables, agradables, cálidas, ótima organização...
- Transparência e compromisso
- organização, planejamento, visão geral e de futuro, pluralidade
- As melhores possíveis
- Senti que pude dar o primeiro passo em busca da minha profissão.
- Vocês são super profissionais e dedicados, quero ter a sorte de participar de outro trabalho grandioso com vocês
- Profissionalismo e organização.

Ao pensar na Humanize, o que vem à sua mente?

10 respostas

A Bia e a qualidade da sua presença!

Arte e Cultura

Solidariedade

Uma intervenção em TV em um programa muito engraçado

Coletivo e Colaboração

Parceria, aprendizado e troca de saberes

O nome da produtora convém com a equipe e seus sócios. Uma produtora que valoriza as questões humanas

Uma instituição que preza pela inclusão artística de todos, sempre da melhor maneira possível, e que olha de uma maneira humana para todos.

A melhor peça que já atuei na vida

Projetos sustentáveis

Se desejar, pode fazer aqui seus comentários, críticas ou sugestões.

7 respostas

Lamento não permanecermos em contato e não continuarmos desenvolvendo ações em conjunto. Não recebo e-mail marketing da Humanize. Desejo profundamente termos outra oportunidade de parceria.

Agradeço a oportunidade que me deram.

Gostaria muito voltar com mis bonecos e com a minha nova banda: La Bertran Swing Band

Acho que vcs arrasam

Equipe maravilhosa, profissional, diversa!!!!

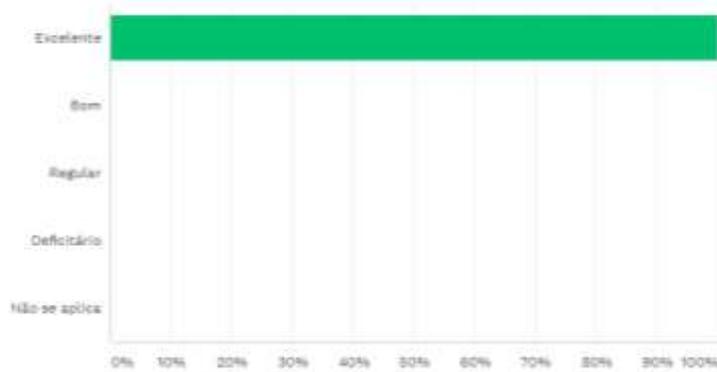
Depois que essa pandemia acabar gostaria de trabalhar de novo com vocês, seja como ator ou produtor

Eu agradeço imensamente tudo que a Humanize proporcionou para mim. Sem ela, não estaria onde estou hoje, seguindo meus objetivos e buscando ser atriz.

Workshop de Produção Cultural e Economia Criativa, ESPRO – São Paulo.¹⁵

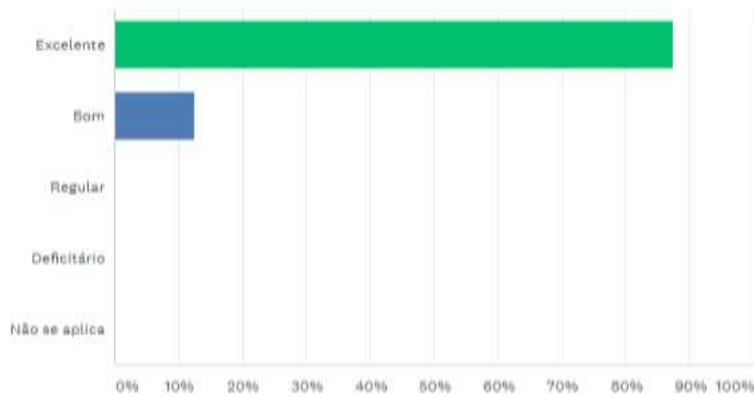
Como considera a atualidade do conteúdo do material didático?

Answered: 8 Skipped: 0



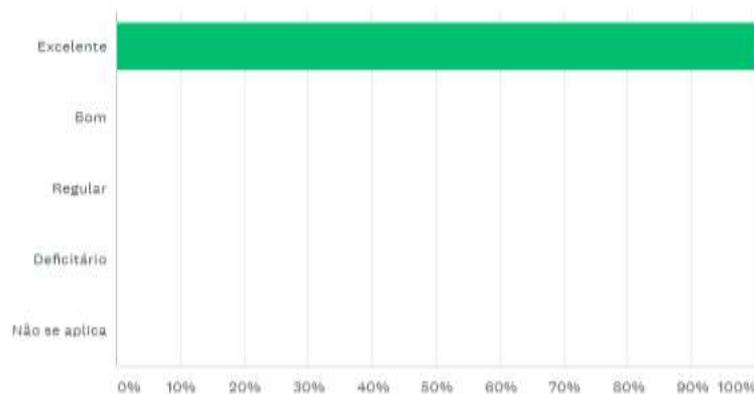
Sobre o domínio do assunto por parte do orientador(a):

Answered: 8 Skipped: 0



Sobre a habilidade de comunicação do(a) orientador(a):

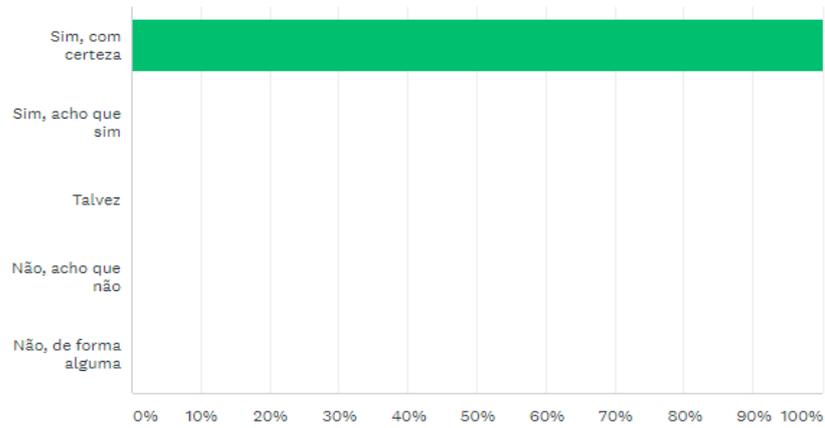
Answered: 8 Skipped: 0



¹⁵ Avaliação do Workshop de Produção Cultural e Economia Criativa, ESPRO – São Paulo Disponível em https://pt.surveymonkey.com/analyze/LYczD3OvJ_2FA8leuv3UJkCFoZibxOr1L_2FBDhUEIdCJsY_3D?. Acesso em [2020/07/20]

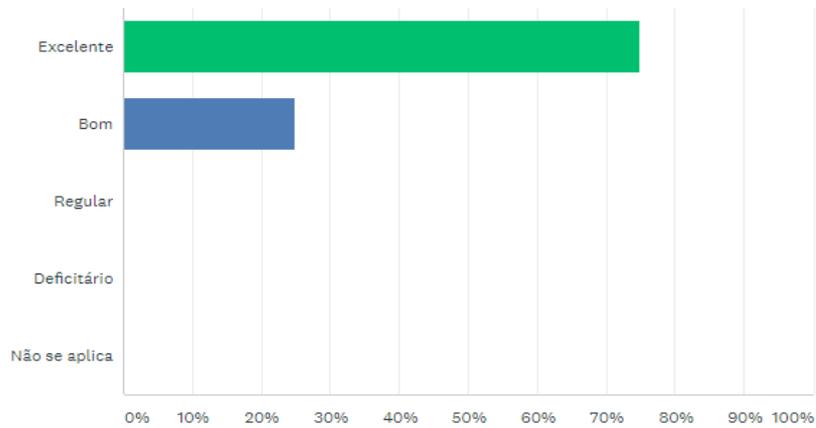
Os temas foram abordados de forma prática e voltados para o mercado?

Answered: 8 Skipped: 0



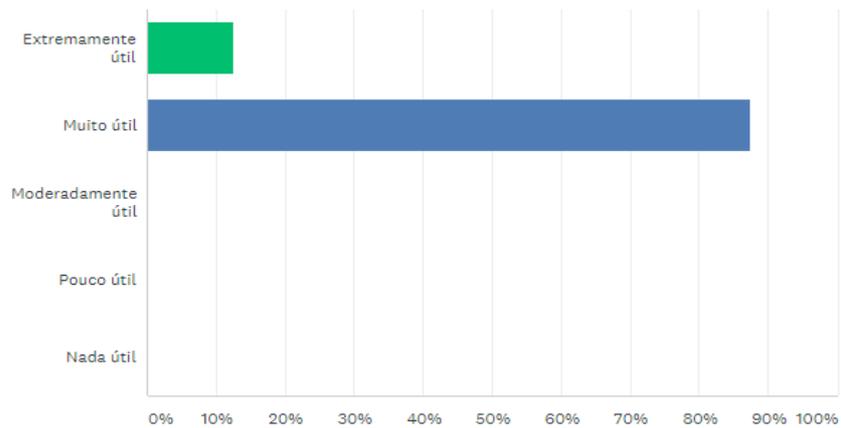
Quanto ao planejamento de aula:

Answered: 8 Skipped: 0



Quão útil foi para você a informação apresentada no evento?

Answered: 8 Skipped: 0

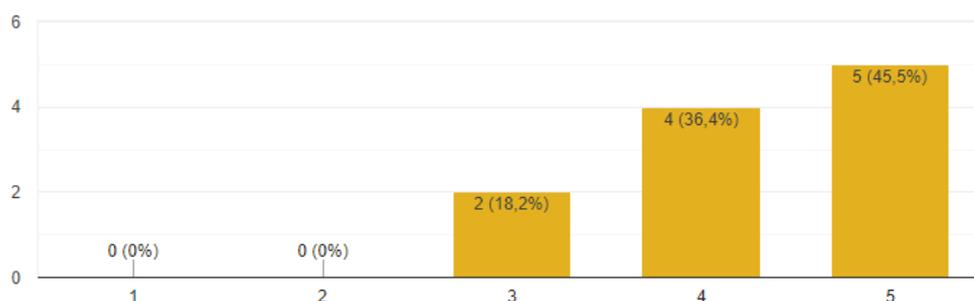


Workshop Elaboração de Projetos – Festival Feminista de Lisboa 2019¹⁶

R: Escala linear, 1 pouco útil, 5 muito útil.

○ Workshop foi relevante e útil para o vosso trabalho / ideia?

11 respostas



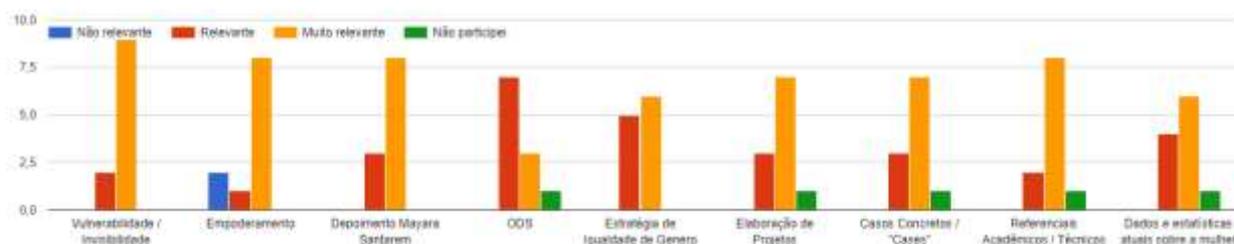
Quais foram os pontos mais importantes para si?

R: Descritivo

- O profissionalismo da equipa na gestão das relações de grupo.
- Combinação perfeita de inspiração e practicalidade. A parte das ferramentas em particular, um bocadinho intimidante mas absolutamente necessária para estruturar bem as coisas e partir para a acção também com uma ambição em escala. Adorei também a participação da Manuela e da Mayara.
- As histórias e as intervenções apresentadas e como elaborar/desenhar projectos sociais.
- Saber que com pouco podemos fazer muito.
- A reflexão e troca de ideias
- A oferta de dados, literatura e outros materiais, além do contato com outras mulheres.
- Discussão sobre género, vulnerabilidade, saúde mental, espaço da mulher. Além de todo o conteúdo em video e a formação sobre elaboração de projetos.
- Motivação, ensino
- Como elaborar projeto
- Conhecer as iniciativas (incluindo o local do workshop), o debate em si sobre o tema, as diferentes visões sobre o assunto.
- Modelos de Empreendedorismo Social e Motivação

¹⁶ Avaliação do Workshop Elaboração de Projetos – Festival Feminista de Lisboa 2019. Disponível em <https://docs.google.com/forms/d/1F6GWSaHF36Bk0LCmbERhCl-MmzJhUdZVxv-48Rd9dT4/edit#responses> Acesso em [2020/07/20].

Qual é a vossa opinião sobre o conteúdo apresentado?



**Algum comentário adicional ou sugestão sobre as sessões ou a programação como um todo?
6 respostas, descritivo.**

- A sessão foi sintética e positiva.
- Isto foi TÃO inspirador e o grupo de pessoas que foram ... tão bom!
- Muitos parabéns pelo trabalho que fazem e obrigada por possibilitarem esta formação a quem se interessa por intervenção social. Obrigada, ainda, por toda a disponibilidade. Gostei muito!
- Poderia ter havido mais tempo na discussão sobre elaboração de projetos.
- Acredito que poderia ter acontecido uma pré-organização (sobre som, disposição das cadeiras - algumas ficavam atrás do pilar, e da estrutura) antes de iniciar o workshop. Também concordo com o que foi dito pela Bia que se a conversa fosse em roda, seria mais fácil de interagir.
- Facilitadoras complementaram-se muito bem, Conteúdos e metodologia fantásticos

CONCLUSÃO

A constatação e o reconhecimento da instituição enquanto negócio social pelo Yunus Social Business Challenge foi um passo fundamental para a consolidação de sua vocação de incentivar e promover a Cultura em prol do desenvolvimento sustentável. A premissa de inclusão dos ODS como norteadores dos projetos desenvolvidos pela Humanize Produções reforçou as parcerias público-privadas e com a sociedade civil, e repercutiu nas estratégias de mobilização de recursos, que reverberaram em participações multissetoriais que visam a partilha de conhecimento, tecnologia e recursos financeiros, reforçando o apoio à capacitação, e a promoção do desenvolvimento, a inclusão, a transferência, disseminação e difusão de tecnologias social, econômica e ambientalmente desejáveis.

Ao longo destes 10 anos, esse não foi um aprendizado simples, instantâneo ou indolor, mas sim estudado, coerente e consistente com os erros e acertos da instituição e de seus parceiros, que cooperaram inclusive em âmbito internacional para o alcance dos resultados destacados neste trabalho. A articulação das pessoas, instituições e dos recursos em torno de propósitos que interferem no modo de pensar e no *status quo* é bastante desafiadora e trabalhosa, e é uma intervenção para qual não há fórmula única. Em cada comunidade um contexto diverso, e portanto as estratégias devem responder as especificidades demandadas, razão pela qual se mostrou tão relevante o desenvolvimento de projetos em frentes específicas, ponderados a partir de análises diagnósticas. De modo geral, a resposta da Humanize Produções baseia-se na compreensão de que a Cultura, o Esporte e o Conhecimento são portais de transformação, e é esta a razão pela qual buscam estreitar os laços entre comunidades, parceiros e empresas em favor da democratização e da promoção do acesso de diferentes comunidades a estes bens.

A noção de Cultura se aplica unicamente ao que é humano, e oferece a possibilidade de conceber a singularidade do homem na multiplicidade de seus modos de vida e de crenças, enfatizando essa unidade dentro da diversidade. O encontro das culturas não se produz exclusivamente entre sociedades globais, mas também entre grupos sociais que pertencem a uma mesma sociedade complexa. Embora muitas vezes perceptíveis hierarquias sociais determinem hierarquias culturais, isso não significa que a Cultura das classes populares sejam desprovidas de autonomia ou de capacidade de resistência, e a defesa da autonomia cultural é umbilicalmente ligada à preservação da identidade coletiva.

Empreender na Cultura para o desenvolvimento exige que, antes que tudo, reconheçamos que a Cultura é um direito, tanto quanto a arte é um trabalho. Dessa forma, são inúmeras as oportunidades para geração de riqueza, de empregos e de condições para melhoria de vida. É um investimento em ideias e ideais que transformam o outro, o planeta e o futuro de todos. É uma crença no coletivo, na ligação do mundo real com um mundo possível, baseado na busca pelas mudanças que querem ver no mundo. Aprende-se em muitos níveis, e mais do que nunca é preciso mudar a nossa forma de estar e de repensar este modo de ser global, e o que ele significa em nossa rede e no setor cultural que vive às custas disso.

Neste cenário pós pandêmico, urge uma redefinição de espaços, uma vez que ficou mais do que nunca exposta a impossibilidade de uma transição completa das artes para o modo online de ser e estar. Veio à tona um sem número de questões sobre as formas de monetização para os profissionais da cultura e também mostrou-se necessária uma reflexão sobre a democracia e a soberania dos espaços digitais. Muito embora o digital permita conexões e sincronicidades de tempos e lugares distintos, criando novos espaços e velocidades em constante atualização, ele também pode excluir significativas proporções da população mundial de exercerem seus direitos culturais, sociais e econômicos. Além disso reverbera de diferentes modos a forma como se relacionam os artistas e a plateia, gerando questionamentos profundos sobre a própria natureza do fazer a arte e o como somos impactados com ela.

Os indicadores econômicos de 2020 da Humanize Produções não deixam dúvidas sobre a gravidade dessas dificuldades, e colocam-se como contraponto ao histórico de 10 anos de intensas atividades da instituição. Foi a habilidade de ter criado um modelo de operações com baixos custos de manutenção, e da providência e cautela de terem mantido um caixa robusto – capaz de assegurar um ano inteiro de atividades sem novas receitas; que tem garantido a sobrevivência num ano de tal modo atípico. Ao que parece, as incertezas e dificuldades de empreender na cultura no passado foram a salvaguarda para a sobrevivência até 2021, com a esperança de que a situação do “novo normal” permita uma retomada segura das atividades.

Cabe ainda frisar que embora importantes e inúmeras iniciativas da sociedade civil busquem ocupar o vácuo deixado por estados e líderes mundiais neste momento de crise aguda, estes não podem eximir-se de suas responsabilidades, posto que “Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são nossa visão comum para Humanidade e um contrato social entre os líderes mundiais e os povos”, tal como afirmou o então secretário-geral da ONU, Ban Ki-moon. “São uma lista das coisas a fazer em nome dos povos e do planeta, e um plano para o sucesso”. A execução eficaz deste plano nunca foi tão premente em nossa sociedade global como agora.

BIBLIOGRAFIA

Acemoglu, D. (2005). Institutions as a fundamental cause of long-run growth. Handbook of Economic Growth - volume IA, p. 386-464

Ballerini, Franthiesco. Poder Suave (Soft Power). São Paulo, Summus, 2017. ISBN 9788532310644.

Blewitt, John (2008), Understanding sustainable development , London: Earthscan, 2018-2019

Comissão Nacional da UNESCO (2006), “Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável (2005-2014)”, UNESCO Brasil. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001399/139937por.pdf>

Chomsky, N. (2016), Who Rules the World?. Hamish Hamilton, Londres - 8.edição

Denys CUCHE. A noção de cultura nas ciências sociais. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 1999. pp. 9-142.

Easterly, William (2015), The SDGs should stand for senseless, dreamy, garbled. Artigo disponível em: <https://foreignpolicy.com/2015/09/28/the-sdgs-are-utopian-and-worthless-mdgs-development-rise-of-the-rest/>

Escritos de Marilena Chaui | O que é cultura? Vídeo disponível no Link: <https://www.youtube.com/watch?v=-YQcFNoidMw>

Eggertson, T. (1990). Economic Behaviour and Institutions. Cambridge, Cambridge University Press.

George YÚDICE. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Tradução de Marie-Anne Kremer. 2ª Edição. Belo Horizonte: UFMG, 2013. pp. 135-174 e 289-322 (Capítulos III e VII).

Hall and Midgley (2004). Social policy for development: local, national and global dimensions

John Ravenhill, Global Political Econmy, Ravenhill, John (2017). Global Political Econmy. Oxford University Press (5th Edition)., 2017

Kates, Robert et al (2008) “What is sustainable development: goals, indicators, values and practice”, in Secondi, Giorgio (ed.) (2008) The development economics reader, London/New York: Routledge: 367-387.

Keohane, Robert & Joseph Nye. "Power, Interdependence and the Information Age". In Little, Richard; Smith, Michael (ed) Perspectives on World Politics. Psychology Press, 2006, p. 186s.

Kharas, H. and Rogerson, A. (2017). Global development trends and challenges: horizon 2025 revisited. Research reports and studies. Overseas Development Institute, 42-47

Maseland, R. (2017). Is colonialism history? The declining impact of colonial legacies on African institutional and economic development. Journal of Institutional Economics - ed. 14:2, 259–287

Mapeamento da Economia Criativa no Brasil FIRJAN 2013. Disponível em <<http://migre.me/urZbe>>.

http://www.circulador.com.br/wp-content/uploads/PANDEMIACULTURAL_PT_14.6.pdf

Milanovic, B. (2016) Towards an explanation of inequality in premodern societies: The role of colonies and high population density,

Ministério dos Negócios Estrangeiros (2017), Relatório Voluntário Nacional - Relatório nacional sobre a implementação da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, por ocasião da Apresentação Nacional Voluntária no Fórum Político de Alto Nível das Nações Unidas. Disponível em: https://www.instituto-camoes.pt/images/cooperacao2/relatods17_pt.pdf

National Research Council. 2003. Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity. Washington, DC: The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/10671>.

North, D.C. (1981). Structure and Change in Economic History. W.W. Norton & Co., New York.

Sakiko Fukuda-Parr (2016) From the Millennium Development Goals to the Sustainable Development Goals: shifts in purpose, concept, and politics of global goal setting for development, Gender & Development, 24:1, 43-52

Sistema de informações e indicadores culturais : 2007-2018 / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro IBGE, 2019. 263 p. - (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica, ISSN 1516-3296 ; n. 42).

<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101687.pdf>

Spivak, G. C. (1991), Neocolonialism and the Secret Agent of Knowledge. Oxford Literary Review - 13(1), 220–251

Teixeira COELHO. Dicionário Crítico de Política Cultural. 2ª edição. São Paulo: Iuminuras, 2012, p. 56-59, (verbete Artes), p. 114-118 (verbete Cultura), p. 126-128, 129-130, (verbetes Cultura dominada, Cultura dominante, Cultura hegemônica, cultura imposta).

The Johannesburg Declaration on Sustainable Development, 4 September 2002, http://www.housing.gov.za/content/legislation_policies/johannesburg.htm

World Commission on Environment and Development (WCED), Our Common Future (New York: Oxford University Press, 1987) Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>