

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

MILENA SANTANA SIGNOR AVELAR

**MAIS DO QUE O USO DA CULTURA COMO RECURSO:
identidades, redes de comunicação urbana e economias
criativas em espaços culturais do Bixiga**

SÃO PAULO

2025

MILENA SANTANA SIGNOR AVELAR

**MAIS DO QUE O USO DA CULTURA COMO RECURSO:
identidades, redes de comunicação urbana e economias
criativas em espaços culturais do Bixiga**

Tese de apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de Doutora em Comunicação, sob a orientação da Profa. Dra. Simone Luci Pereira.

SÃO PAULO

2025

Avelar, Milena Santana Signor.

Mais do que o uso da cultura como recurso: identidades, redes de comunicação urbana e economias criativas em espaços culturais do Bixiga (2025) / Milena Santana Signor Avelar. - 2025.

162 f.: il. color.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2025.

Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Simone Luci Pereira.

1. Bixiga. 2. Cultura como recurso. 3. Economia criativa. 4. Comunicação urbana. I. Pereira, Simone Luci (orientadora). II. Título.

MILENA SANTANA SIGNOR AVELAR

**MAIS DO QUE O USO DA CULTURA COMO RECURSO:
identidades, redes de comunicação urbana e economias
criativas em espaços culturais do Bixiga**

Tese de apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Aprovado em: ____ de _____ de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora e Presidente da Banca
Prof.^a Dra. Simone Luci Pereira (PPGCOM - UNIP)

Avaliador Interno
Prof. Dr. Gustavo Souza da Silva (PPGCOM - UNIP)

Avaliador Interno
Prof. Dr. Vander Casaqui (PPGCOM - UNIP)

Avaliadora Externa
Prof.^a Dra. Flavia Magalhães Barroso (PPGCOM- UFRJ)

Avaliador Externo
Prof. Dr. Daniel Andrioli Rodrigues Motta (Pesquisador Independente)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil; pelo apoio institucional e financeiro, fundamental para a realização desta pesquisa e pelo compromisso com a formação acadêmica em nosso país.

Agradeço à minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Simone Luci Pereira pela orientação, pelo profissionalismo e atenção dedicados a mim e a todos seus alunos. Além de exímia orientadora, é uma pesquisadora dedicada e comprometida com a contribuição intelectual em nossa área de atuação e sua competência foram essenciais nesta jornada.

Agradeço aos meus colegas do Grupo de Pesquisa URBESOM, pela parceria, aprendizados compartilhados e pelas discussões que ampliaram horizontes teóricos e metodológicos; mas que, além disso, foram trocas de afetos e múltiplos saberes.

Agradeço aos colaboradores da UNIP – secretaria e coordenação do Programa de Pós-graduação; por toda a acolhida e apoio ao longo de toda essa trajetória.

Agradeço aos meus amigos que estiveram comigo nesta caminhada, seja presencialmente ou à distância, oferecendo companhia, escuta e afeto.

Agradeço à minha família, pela paciência e suporte em todos os momentos — inclusive nos mais desafiadores.

Agradeço ao meu companheiro e parceiro de vida, Helio, que além de apoio, sempre foi suporte e sustentação aos meus sonhos e desafios.

Agradeço imensamente aos meus amados filhos, João Pedro e Miguel, que são a razão de minha busca incansável em ser um ser humano hoje, melhor do que fui ontem. Por vocês e para vocês sempre!

Por fim, a todos e todas que, direta ou indiretamente, contribuíram para que este trabalho se concretizasse: meu sincero agradecimento.

“Concedei me Senhor, a Serenidade necessária
para aceitar as coisas que não podemos modificar.

Coragem, para modificar aquelas que podemos.

E Sabedoria para saber distinguir umas das
outras”.

(Autor desconhecido)

RESUMO

Esta tese investiga o uso da cultura como recurso em práticas de economia criativa no território do Bixiga, São Paulo/SP. Localizado na região central da maior capital do país, o Bixiga constitui objeto de interesse interdisciplinar e contribui significativamente para os estudos sobre comunicação urbana. É neste espaço onde se localizam os sujeitos de pesquisa que compõem o corpus deste estudo. Com base em uma metodologia de inspiração cartográfica e etnográfica, acompanhamos, presencialmente e nas plataformas digitais, os sujeitos de pesquisa delimitados, analisando suas interações, conexões e práticas que além da geração de valor financeiro, também geram valores culturais e simbólicos. Buscamos compreender como as questões identitárias dos sujeitos analisados, Sol Y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), além de clarificarem as noções sobre interculturalidade e identidades; articulam e dialogam com as noções do uso da cultura como recurso, através da prática criativa e de uma outra forma de geração de valores.

Palavras-chave: Bixiga; Cultura como recurso; Economia criativa; Comunicação urbana.

RESUMEN

Esta tesis investiga el uso de la cultura como recurso en prácticas de economía creativa en el territorio de Bixiga, São Paulo/SP. Ubicado en la región central de la mayor metrópoli del país, Bixiga se presenta como un objeto de interés interdisciplinar y aporta de manera significativa a los estudios sobre comunicación urbana. Es en este espacio donde se sitúan los dos sujetos de investigación que conforman el corpus de este estudio. A partir de una investigación de inspiración cartográfica y etnográfica, nos dedicamos a acompañar —tanto de forma presencial como en plataformas digitales— a los sujetos seleccionados, analizando sus interacciones, conexiones y prácticas que, más allá de generar valor económico, producen también valores culturales y simbólicos. Buscamos comprender cómo las cuestiones identitarias de los agentes analizados, Sol Y Sombra y Centro Cultural Afrika (hoy Piuss Bar), además de clarificar las nociones de interculturalidad e identidad, articulan y dialogan con la idea de la cultura como recurso mediante prácticas creativas que proponen formas alternativas de generación de valor.

Palabras clave: Bixiga; Cultura como recurso; Economía creativa; Comunicación urbana.

ABSTRACT

This thesis investigates the use of culture as a resource in creative-economy practices within the Bixiga territory of São Paulo, SP. Situated in the central region of Brazil's largest metropolis, Bixiga is an object of interdisciplinary interest and makes a significant contribution to urban communication studies. It is in this locale that the two research subjects comprising the corpus of this study are situated. Drawing on cartographic and ethnographic inspirations, we followed the selected subjects both in person and on digital platforms, analyzing their interactions, connections, and practices, which—beyond generating financial value—also yield cultural and symbolic value. We seek to understand how the identity concerns of the analyzed subjects, Sol Y Sombra and Centro Cultural Afrika (now Piuss Bar), not only clarify notions of interculturality and identity but also articulate and engage with the concept of culture as a resource through creative practices that generate alternative forms of value.

Keywords: Bixiga; Culture as a resource; Creative economy; Urban communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Apresentação do CCA no Facebook.....	22
Figura 2 - Perfil do SyS no Instagram	23
Figura 3 - Roda de conversa – palestrantes	67
Figura 4 - Roda de conversa com o público	68
Figura 5 - Cartazes colados no canteiro de obras do metrô.....	69
Figura 6 - Quadro com o cronograma de evolução das obras	71
Figura 7 - Paredes do SyS 2	103
Figura 8 - Divulgação festival de cumbia nas redes sociais.	107
Figura 9 - Postagens e Publicações.....	115
Figura 10 - Postagens e Publicações.....	116
Figura 11 - Postagens e Publicações.....	117
Figura 12 - Postagens e Publicações.....	120
Figura 13 - Cadastro na Junta Comercial.....	128
Figura 14 - Cadastro na Junta Comercial.....	129
Figura 15 - Bebedouro Gratuito.....	131
Figura 16 - Postagens e Publicações.....	142
Figura 17 - Postagens e Publicações.....	143

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Hipótese e Objetivos	16
1.2 Justificativa.....	19
1.3 Discussão e Referencial Teórico	25
1.4 Metodologia.....	38
2 CAPÍTULO 1 - BIXIGA: UM AGENTE COMPLEXO E TERRITÓRIO ESSENCIAL PARA PENSARMOS O EXERCÍCIO DA COMUNICAÇÃO URBANA.....	50
2.1 Bixiga – que território é este?.....	49
2.2 Do consumo cultural às disputas pelos usos e espaços da cidade – conflitos do passado e da contemporaneidade: O quilombo da Saracura e o Coletivo Movimento Estação Saracura Vai-Vai	53
2.3 Comunicação urbana – processo de vários fenômenos, agentes em conjunção e articulação no território	73
3 CAPÍTULO 2 - A ECONOMIA CRIATIVA.....	82
3.1 Economia Criativa no Brasil	87
3.2 Sentidos de economia criativa insurgentes articulados à noção de cultura como recurso	95
4 CAPÍTULO 3 - SOL Y SOMBRA E CENTRO CULTURAL AFRIKA: MAIS DO QUE USO DA CULTURA COMO RECURSO.....	104
4.1 Sol y Sombra – “Um bar para viajar pelos ritmos e sabores da América Latina”	101
4.2 “Centro Cultural Afrika – um pedaço da Afrika, fora do continente”	108
4.3 Identidades, diferenças e a interculturalidade	116
4.4 As identidades como uma ferramenta para o negócio – uma criatividade econômica.....	123
4.5 Acompanhar processos e seguir os atores – uma prévia da conclusão.....	136
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	150
REFERÊNCIAS.....	159

1 INTRODUÇÃO

A produção de cultura em nosso país há muito tempo enfrenta desafios significativos. Esses obstáculos se tornaram ainda mais evidentes nos últimos anos, principalmente após o período pandêmico da COVID 19, vivido a partir de 2020. Para aqueles que se arriscam a viver de cultura, essa atividade vai além do sonho de expressar sua arte; é um desafio que além da geração de material simbólico e econômico, exige planejamento, adaptação e uma compreensão profunda do território no qual esta prática está inserida e dos sujeitos com os quais ela interage, se conecta e se relaciona. A cultura não é apenas uma expressão artística, mas também um campo econômico que movimenta recursos, gera empregos e fortalece identidades.

A fala da atual Ministra da Cultura do Brasil, Margareth Menezes, durante uma cerimônia oficial no Superior Tribunal de Justiça, realizada em maio de 2025, evidencia ainda mais a importância das discussões e diálogos acerca da produção de cultura: “A cultura é ferramenta de enfrentamento de desigualdades”¹.

Importante esclarecer – de saída - de que tipo de cultura estamos falando: detalhada mais a frente e permeando todo o referencial teórico envolvido, ao falarmos de cultura estamos nos referindo à noção de cultura conceituada pelos estudos culturais britânicos, desvinculada de uma noção elitista e focada no cotidiano das pessoas comuns e considerada como um fenômeno histórico, social e dinâmico. Nesta perspectiva, a cultura é entendida em suas materialidades e sob a ótica de sua produção e disseminação, feita e refeita a partir das relações de poder. Os estudos culturais britânicos tiveram o início de suas proposições no final dos anos 1950, a partir das obras de Willians (1958), Thompsom (1963) e de Hoggart (1957), autores com obras fundamentais para estabelecer uma análise e abordagem crítica sobre cultura, comunicação, identidade e sociedade. Esta abordagem permeia grande parte deste trabalho, uma vez que a perspectiva interdisciplinar adotada considera a cultura como um espaço de disputa e resistência, onde diferentes grupos sociais negociam significados e identidades, contribuindo para a análise e compreensão de como a

¹ Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/201ca-cultura-e-ferramenta-de-enfrentamento-de-desigualdades201d-afirma-margareth-menezes-no-stj>. Último acesso em: 26 de maio de 2025.

cultura se relaciona com aspectos econômicos, políticos e sociais. Na obra que detalha a trajetória e a importância dos estudos culturais, Cevalco (2003) explica que além da apreensão de uma mudança social, os estudos culturais britânicos contestavam a cultura erudita, hegemônica e davam conta de buscar a compreensão do que era a cultura do “comum”, a cultura dos fenômenos da vida cotidiana.

Dialogando com Escosteguy (1998) - que em sua obra analisa as contribuições e interferências dos estudos culturais britânicos na América Latina, mais especificamente no Brasil - para além da importância de sua produção e tudo o que orbita em torno disso, a cultura desempenha um papel fundamental no fortalecimento das identidades, das subjetividades e das redes e conexões sociais que compõem seu entorno.

O bairro Bixiga, região localizada na área central da cidade de São Paulo, é um dos protagonistas desta tese. Ao longo da pesquisa, analisamos entre outras coisas, como se dão as produções culturais ali e como estas produções se conectam à vida comunitária, criando interações e conexões em redes que transcendem o espaço físico e também se manifestam nas plataformas digitais. Essa dinâmica revela como a cultura é um elemento potente na construção de identidades e na articulação de relações sociais dentro, fora, no e com o território.

O resultado destes entrelaçamentos, conexões e interações da criação, produção, promoção e propagação de cultura, não abrange apenas a produção de material econômico e simbólico, como já dito, mas é também um exercício de economia criativa. Esta noção é entendida como resultado destas interações, diálogos e entrelaçamentos e é baseada nas definições de Leitão (2024), que compreende, entre outras coisas, a economia criativa como uma estratégia de desenvolvimento, não apenas econômico, mas cultural, social, ambiental e político.

A partir da noção de cultura baseada e difundida pelos estudos culturais britânicos, esta tese narra o processo de investigação e análises destas práticas, produções e exercício de economia criativa elaboradas em dois sujeitos/agentes de cultura, localizados no Bixiga – Sol y Sombra - SyS e Centro Cultural Afrika - CCA (atualmente Piuss Bar²).

² Vamos detalhar em capítulo específico sobre a mudança de nome do local. Porém, importante já mencionar que na fase final da escrita desta tese, o espaço/sujeito Centro Cultural Afrika reformulou seu nome, marca e posicionamento; com a alteração de CCA para Piuss Bar. Em uma publicação no Instagram de seu idealizador e proprietário, Yannick Dellas, é explicado as razões desta mudança, que abordaremos no capítulo específico. Como nossa pesquisa de campo foi realizada enquanto o

Sob a ótica e perspectiva do campo da comunicação, compreender e analisar as especificidades do cotidiano nas grandes cidades globais impõem novas dinâmicas e exigências não só aos que promovem e se mantêm de atividades culturais, mas para todos que vivem e coabitam neste território. Conforme relatos, vivências, práticas e situações compartilhadas ao longo deste trabalho, para além do status no senso comum do “bairro mais italiano de São Paulo”; o Bixiga elabora e faz uso das pautas culturais e identitárias variadas como mote nos diálogos, consensos e disputas inerentes ao viver nas urbes.

Antes da explicitação das escolhas teóricas, temáticas e metodológicas deste trabalho, se faz necessário contextualizarmos como chegamos até aqui. A relação entre conhecimento acadêmico e a prática profissional sempre foi para mim, um dos desafios centrais como pesquisadora e profissional que atuo em áreas muito distintas. Independentemente das áreas do conhecimento e de meus campos de atuação no trabalho, a busca por relações, práticas e conexões entre a academia e o ambiente corporativo sempre foi motivo de profundo interesse e de muitas dúvidas. No contexto de trabalho no qual estou inserida atualmente - o da educação financeira e da cidadania econômica - essa conexão se torna ainda mais relevante, especialmente diante das desigualdades sociais e dos desafios impostos pelo mercado e suas práticas e formatos de atuação.

Em paralelo à minha atividade como pesquisadora e acadêmica, atuo há mais de vinte anos no mercado financeiro, inicialmente no relacionamento com clientes e, mais recentemente, no atendimento a inadimplentes. Além disso, minha trajetória inclui envolvimento e atuação nas áreas de educação e cidadania financeira. O interesse por essas questões surgiu a partir da observação das desigualdades sociais evidentes nas relações das pessoas com o dinheiro e principalmente, na falta dele. Posteriormente, esse olhar se ampliou com a compreensão dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU (Organização das Nações Unidas), que reforçam a importância da inclusão financeira e da equidade econômica, por mais utópico que estas associações e perspectivas pudessem parecer.

local se chamava Centro Cultural Afrika, adotamos essa nomenclatura ao longo da tese. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DIwLVwKMyCk/>. Acesso em:

Os ODS's³, de forma resumida, são 17 objetivos criados pela ONU, interligados em 169 ações que visam tratar e combater problemas sociais, climáticos, econômicos entre outros, que assolam a população do mundo. São eles: 1. Erradicação da pobreza; 2. Fome zero e agricultura sustentável; 3. Saúde e Bem-estar; 4. Educação de Qualidade; 5. Igualdade de Gênero; 6. Água Potável e Saneamento; 7. Energia Limpa e Acessível; 8. Trabalho Decente e Crescimento Econômico; 9. Indústria, Inovação e Infraestrutura; 10. Redução das Desigualdades; 11. Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12. Consumo e Produção Responsáveis; 13. Ação Contra a Mudança Global do Clima; 14. Vida na Água; 15. Vida Terrestre; 16. Paz, Justiça e Instituições Eficazes; 17. Parcerias e Meios de Implementação.

Em minha dissertação de mestrado conheci e analisei o Bixiga, região na área central da cidade de São Paulo. Este território, além de ser o sujeito da minha pesquisa, atua e se impõe de maneira extremamente potente e presente quando consideramos outras produções de conhecimento, não somente na área da comunicação, mas das artes, arquitetura e urbanismo, políticas públicas, geografia etc. Mesmo no período em que fiquei afastada do mundo acadêmico, logo após o término do mestrado, não me desvinculei do grupo de pesquisa do qual faço parte – o URBESOM ⁴ - e pude acompanhar o desenvolvimento e conclusão de outras pesquisas que consolidam e contribuem com os estudos sobre comunicação urbana, consumo solidários e ativismos, ativismos migrantes, entre outros temas, no e com o território do Bixiga (Pereira, 2018; Avelar, 2019; Bras, 2021; Rodrigues, 2022; Pereira; Bras; Rodrigues, 2023; Paiva, 2024).

³ Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel>. Último acesso em 08/09/2024.

⁴ URBESOM - Grupo de Pesquisa (CNPq) em Culturas Urbanas, Música e Comunicação, liderado pela professora Dra. Simone Luci Pereira, ligado ao PPG Comunicação da Universidade Paulista – UNIP.

1.1 Hipótese e Objetivos

Diante da relevância dos estudos sobre cultura, sua utilização e aplicação na obtenção de recursos, articulada às noções de comunicação urbana, estabeleceu-se um cenário de questionamento para mim, como pesquisadora. Como profissional do mercado financeiro, os assuntos relacionados às práticas econômicas, e suas múltiplas possibilidades, traziam ainda mais pertinência e dúvidas à necessidade de tentarmos responder algumas questões. Ao passo que estas dúvidas e os questionamentos eram transformados em perguntas de pesquisa, foi-se desenhando uma hipótese a ser esclarecida: será que a interculturalidade e as invocações identitárias dos agentes/sujeitos do Bixiga, não levariam a outras formas de economia criativa? Isto porque ao se apropriarem das marcas identitárias profundamente enraizadas no território — e ao utilizarem a cultura como recurso (Yúdice, 2013) — esses sujeitos constroem práticas que desafiam os modelos hegemônicos de economia criativa.

Nos trabalhos que abordam as noções de economia criativa vindas dos países anglo-saxões e através de um aprofundamento teórico, já podíamos identificar que o conceito difundido apresenta uma noção hegemônica de economia criativa. A partir da visão de teóricos como Reis (2012), Seldin (2015) e Leitão (2024), foi possível considerar outra abordagem e formular a hipótese aqui apresentada.

As autoras mencionadas acima contribuem para a adaptação e perspectiva deste conceito de economia criativa à realidade brasileira. Mas, além disso, as teóricas trazem algumas críticas pertinentes que serão abordadas no capítulo dois, destinado ao tema, como por exemplo, uma crítica de Leitão (2024) à economia criativa colonial e excludente e a consideração de Seldin (2015) sobre uma possível instrumentalização de políticas urbanas que reforçam as desigualdades e os processos de gentrificação.

Assumindo que os sujeitos/agentes de cultura Sol y Sombra e CCA (atualmente Piuss Bar) exercem uma economia criativa, buscamos entender se estamos diante de uma prática diferente ou insurgente de economia criativa mais próxima ao conceito inicial da década de 1990; ou se trata de outro modelo/formato de economia criativa, influenciado por posições e invocações identitárias.

Após uma série de participações nas reuniões do nosso grupo de pesquisa e de acompanhar a finalização e o início de algumas pesquisas no território do Bixiga,

pude ir reformulando estas questões e os questionamentos foram se transformando em objetivos. Com o apoio da orientação deste trabalho, fomos revisitando alguns conceitos teóricos que atravessam muitos dos temas pesquisados no grupo e encontramos muitas oportunidades de exploração e aprofundamento do diálogo.

Como já dito, era extremamente relevante a busca pela compreensão e uma análise detalhada sobre os processos de utilização da cultura como recurso sob a ótica da ciência da comunicação, um tema cada vez mais relevante no contexto contemporâneo, tanto para a contribuição aos achados acadêmicos, quanto para possíveis pistas capazes de apoiar em resoluções de problemas no ambiente corporativo.

A prática da utilização da cultura como recurso (Yúdice, 2013) no Bixiga nos parecia clara pelo fato do território ser uma espécie de celeiro, em constante ebulição, para as práticas culturais na música, nas artes, no teatro, culinária, entre outros.

Conforme íamos nos aprofundando nas tentativas de delimitarmos um corpus, algumas coisas que não eram tão claras, passaram a ficar mais evidentes: ao passo que as questões identitárias eram debatidas e postas em destaque, percebíamos que o meio para estas discussões e diálogos, na maioria das vezes, estava correlacionado ou partia das produções culturais. Festas temáticas de gêneros musicais específicos de uma determinada cultura; lançamento de livros; eventos gastronômicos relacionados a uma determinada região ou associado a uma cultura local específica; festa de rua vinculada a um evento religioso – enfim, uma série de exemplos que serão explicados mais adiante e que nos apoiaram na construção da hipótese necessária para o desenvolvimento do trabalho.

O Bixiga, conhecido no senso comum como o bairro mais italiano de São Paulo, também era território quilombola e reduto para migrantes e imigrantes; e as dinâmicas sociais e comunicacionais entre estes sujeitos e agentes traziam uma rica complexidade e oportunidade de análise. Somado a outras temáticas e questões sociais abordadas no desenrolar da pesquisa, as questões sociais, as dificuldades do cenário econômico, associadas às tentativas destes agentes de cultura de gerarem recursos não apenas simbólicos, mas material e econômico, consolidavam uma oportunidade de análise.

Em outras palavras, buscamos compreender como as questões identitárias invocadas e performadas no SyS e no CCA (atualmente Piuss Bar) - através de suas

práticas culturais - geram uma produção de material econômico além do simbólico. Detalhando e complementando melhor essa ideia, consideramos que as questões identitárias exercem protagonismo em suas práticas, uma vez que os espaços de cultura analisados são capitaneados por migrantes ou filhos de migrantes que acionam elementos de suas culturas de origem. As posições identitárias daqueles que estão a frente do SyS e do CCA (atualmente Piuss Bar) interferem nos usos e apropriações que fazem do Bixiga e região, nas dinâmicas comunicacionais ali existentes, nas negociações e disputas por visibilidade, afetando seus modos de existência e resistência. Assim, a intenção é compreender como o resultado destas práticas resultam em insumos econômicos além do simbólico, políticos, afetuais, podendo ser definidas como um tipo de economia criativa.

Mesmo diante de algumas incertezas, a necessidade que víamos após nos debruçarmos no dia a dia do território, nos parecia uma questão central para compreendermos algumas práticas econômicas insurgentes e de caráter mais negociado, entre práticas mais disruptivas e outras mais hegemônicas. Em outras palavras, estávamos diante de exercícios de economia criativa, que precisávamos analisar e compreender se tratava-se de uma prática próxima às noções hegemônicas da década de 1990; ou se as invocações identitárias vistas elaboravam uma prática de economia criativa com elementos e características diferentes.

Assim, o objetivo geral desta tese é analisar e compreender (de maneira qualitativa), a partir da noção de “cultura como recurso”, se há e quais seriam os tipos de práticas estratégicas ligadas à economia criativa que podem ser vistas em dois espaços de cultura do Bixiga: o Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), que se intitula como um “espaço que apresenta a cultura africana em sua pluralidade”; e o Sol y Sombra, que em suas plataformas digitais se apresenta com um local “para viajar pelos sabores da América Latina”, o qual, para além de um estabelecimento comercial, opera também como casa de cultura promovendo encontros, lançamentos de livros e palco para discussões sobre temas que fazem parte de suas pautas mais amplas.

Desdobrando esse objetivo, temos alguns **objetivos específicos**:

a) Avaliar e compreender – sem necessariamente mensurar quantitativamente – como se operacionalizam as práticas econômicas/financeiras concretas ali envolvidas.

b) Levantar e apontar bibliografia brasileira sobre economia criativa que contemple formas outras de economia criativa.

c) Compreender as redes (de pessoas, de ideários, de atividades) constituídas, desdobradas e articuladas a partir e em torno destes dois espaços analisados.

d) Analisar - a partir do item anterior - os sentidos e formas da noção de comunicação urbana como subcampo relevante da Comunicação.

e) Analisar o quanto a territorialidade do Bixiga e seus muitos agentes interferem, atuam e incidem nas atuações e práticas dos espaços aqui em tela.

1.2 Justificativa

Em minha dissertação de mestrado,⁵ finalizada em 2019, tive a oportunidade de me aprofundar em rotinas, controvérsias, debates, discussões e práticas artísticas que o contato com este território me apresentou. Sempre interessada e em proximidade tanto com o território, quanto com os pesquisadores que ali atuam, tenho permanecido atenta ao Bixiga e ao seu entorno, mesmo antes da decisão de dar ou não prosseguimento aos meus estudos no doutorado.

Ao mesmo tempo, durante algumas discussões dentro do ambiente corporativo - como por exemplo, acompanhando a Resolução Conjunta nº 8, de 2023, efetuada pelo Banco Central do Brasil, que determina que as instituições financeiras deverão ofertar ações de educação e cidadania financeira⁶ aos seus clientes e consumidores - refletia e me questionava sobre o fato de que enquanto o ambiente corporativo, o mercado financeiro e as instituições reguladoras tentavam acompanhar e ora debater as demandas que a sociedade exigia ao longo dos anos, há tempos, alguns agentes de cultura do Bixiga, usam das táticas e astúcias (Certeau, 2014), das lógicas das trocas, da informalidade, dos desafios e das negociações em rede, na tentativa de conseguir sobreviver de suas artes e produções culturais. Tentativas estas sem tal

5 Disponível em: https://repositorio.unip.br/comunicacao-dissertacoes-teses/bixiga-dinamicas-comunicacionais-e-urbanas-e-seus-sentidos-politicos/#gid=tainacan-item-gallery-block_id-tainacan-item-attachments_id-4157&pid=1

Acesso: 29/07/2025.

⁶ Resolução Conjunta 08 – BACEN. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20Conjunta&numero=8>. Último acesso em: 25/10/2024.

educação financeira formal e institucional e totalmente fora das noções comuns e hegemônicas de cidadania financeira, como veremos mais adiante.

Ao observar e analisar essas práticas, tanto durante a realização do mestrado, quanto ao longo da construção desta tese, visualizamos o que Telles (2011) nos apresenta em seu conceito de “viração”: no contexto dos processos de agenciamento, curadoria e produção de eventos nos espaços investigados, identificou-se a atuação de sujeitos vinculados a um cenário urbano reconfigurado pelas lógicas contemporâneas de produção e circulação de riqueza. Essas dinâmicas operam por meio da ativação de circuitos diversos da economia informal, impulsionando formas de trabalho que se constituem na zona ambígua da informalidade, tal como discutido por Telles (2011).

Para mim, como pesquisadora do campo da comunicação e profissional do mercado financeiro, era interessante observar esta dicotomia: no mundo corporativo a narrativa era sobre a propagação do conhecimento sobre finanças e a promoção do exercício de uma suposta cidadania financeira. Já em contato com os sujeitos que vieram a constituir meu corpus de análise, presenciava eventos e situações que evidenciavam uma tentativa de exercer suas artes, praticamente sem nenhum cachê, apenas pelo prazer de tentar expressar sua música, dança e suas identidades, contando com a sorte de um dia dar certo. Ou ainda, práticas informais, em princípio, mais improvisadas, realizadas por gestores/organizadores de festas e locais de cultura.

Iniciando o doutorado em 2022, me deparei com a possibilidade de aproximar mais a prática profissional com a acadêmica, e vi uma complexidade ainda mais imbricada em decorrência de um cenário pós-pandêmico que contribuiu de forma marcante para certa “tragédia coletiva”, e que também agravou a desigualdade social e econômica nas regiões centrais de São Paulo e em muitos lugares pelo mundo.

Entre outras necessidades, compreender e analisar como o uso da cultura (em termos econômicos, mas também em seus sentidos políticos, sociais e identitários) se deu e se dá em um território como o Bixiga no cenário pós-pandêmico em uma das maiores metrópoles do mundo, nos provoca à reflexão e à ação necessária na produção de conhecimento sobre o assunto.

O Bixiga já há tempos é um ponto de encontro de juventudes vindas de diversas áreas da cidade; mesmo depois de algumas décadas eclipsada (Pereira, 2018;

Pereira, 2017), a região continuava se apresentando como uma possibilidade de encontros, socialidades e boemia no imaginário coletivo da cidade, muito por conta de sua formação e de sua história, mas também por suas atuações no presente (Avelar e Pereira, 2018). Seguir no entendimento destas práticas, tendo a cultura e seu uso como mote, foi uma das escolhas basilares para a construção desta pesquisa.

Em contrapartida, nas discussões ocorridas no ambiente corporativo no qual estou inserida, tanto relacionado às necessidades - ou pelo menos a tentativa - de estarmos aderentes e em linha com o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS's), o tema da “economia criativa” ficava ainda mais evidente e instigante. Considerar que economia criativa se dá a partir dos processos de criação, das propriedades intelectuais e das gerações de valores simbólicos, econômicos e culturais (MINC; Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2011; Reis, 2012) provocou ainda mais interesse do mundo corporativo e deu mais visibilidade aos pesquisadores do mundo acadêmico que já trabalhavam neste tema.

Não por coincidência, após a pandemia, a passagem de um governo de extrema direita para um governo de centro-esquerda que recriou o Minc – Ministério da Cultura, trouxe ao debate público questões como a necessidade de revisitarmos as políticas públicas para produtores de artes ou pessoas que vivem de cultura; a análise sobre de quais tipos de cultura estamos falando; e, inclusive, a importância de considerarmos que a produção de riqueza simbólica e econômica são alguns dos pilares dos estudos sobre cultura. Assim, inevitavelmente nos deparamos com as discussões em torno dos conceitos de economia criativa. E deu-se a seguinte articulação: território do Bixiga, uso da cultura como recurso e economia criativa como o tripé temático central desta tese.

Quando começamos a analisar com mais detalhamento o conceito de economia criativa na realidade brasileira, ao passo que nos debruçávamos nos conceitos e nos diálogos com Yúdice (2023) e os defensores deste setor - que partem do princípio de que uma economia criativa depende do empoderamento da inclusão de sua população, particularmente de minorias marginalizadas e de grupos populares que inovaram em suas regiões, territórios e localidades - ficou claro que o Bixiga merecia um enfoque e análise para contribuímos com este debate.

Dentro do território do Bixiga, delimitamos dois locais como foco de estudo e de análise para esta tese: o Centro Cultura Afrika, CCA (atualmente Piuss Bar), e o

Sol y Sombra, SyS. O primeiro, localizado na Rua Major Diogo, 518; o segundo, o espaço cultural Sol y Sombra, localizado na Rua Conselheiro Ramalho, 945; ambos no Bixiga, em São Paulo e em partes do bairro que não são as mais centrais ou que contemplam eventos e festas midiaticamente visibilizadas.

Sob gestão do músico e produtor cultural congolês, Yannick Delass, o Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar) conjuga a atuação de um espaço de cultura, um bar e um restaurante, se apresentando em suas plataformas digitais como um “espaço que apresenta a cultura africana em sua pluralidade”⁷.

Figura 1 - Apresentação do CCA no Facebook



Fonte: Página do CCA no Facebook

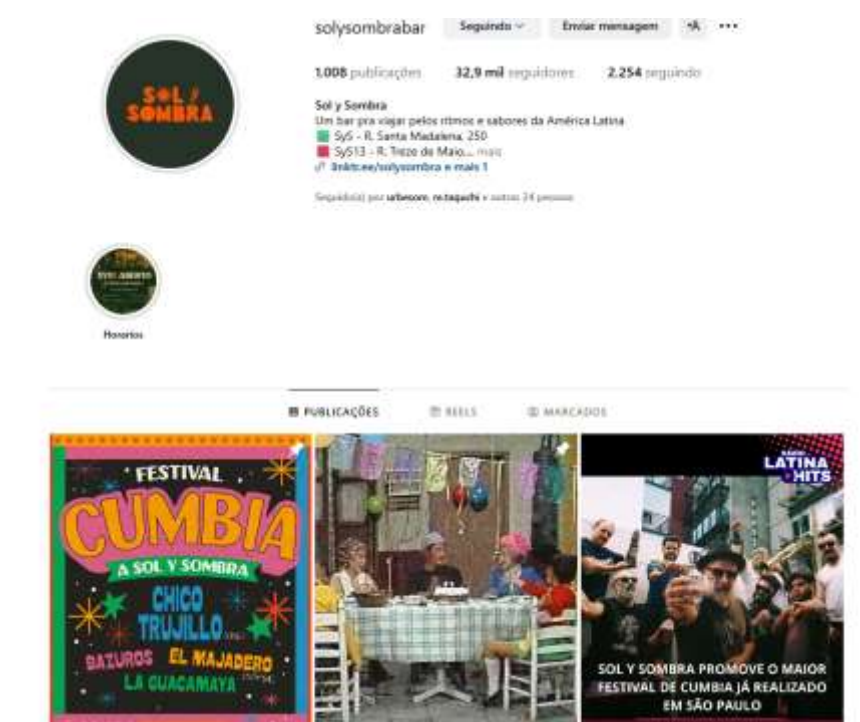
Mesmo usando a cultura africana como mote, em sua programação o local oferece eventos de estilos musicais variados: forró, baião, festivais de *cumbia*, *reggaeton* e *rap* (Pereira; Bras; Avelar, 2024). Com o aviso de que sua cozinha *malewa* funciona para atender qualquer tipo de fome, inclusive com opções veganas, oferece ainda entrada gratuita aos aniversariantes e reforça em suas postagens um slogan de

⁷ Disponível em: https://www.facebook.com/centroculturalafrika?locale=pt_BR. Último acesso 20 de maio de 2025.

que “não temos restrições para frequentar o espaço, todos são bem-vindos e serão tratados iguais” com a inclusão das hashtags #imigração e #imigrantes ⁸.

Já o Sol y Sombra, idealizado e comandado pelo produtor Lucas Pereira, se apresenta em seus perfis nas plataformas digitais da seguinte forma: “inspirado em Eduardo Galeano, o Sol y Sombra é um bar para quem quer viajar pelas cores e sabores da América Latina”⁹. Galeano foi um autor uruguaio conhecido por ter sido uma forte influência no pensamento de esquerda latino-americano. O espaço cultural explora muito mais imagens e fotografias de acontecimentos históricos e outros personagens relacionados ao seu posicionamento social e político, além de ter como inspiração um autor de expressividade sobre o tema.

Figura 2 - Perfil do SyS no Instagram



Fonte: @solysombra

A escolha para a análise e foco nos dois agentes/promotores/locais de cultura – Centro Cultura Afrika (CCA) e Sol y Sombra (SyS) - se deu por perceber nestes

⁸ Disponível em: [Centro Cultural Afrika \(@centro_cultural_afrika\) • Fotos e vídeos do Instagram](#). Último acesso em 15/11/2024.

⁹ Disponível em <https://www.instagram.com/solysombrabar/>. Último acesso em x de maio de 2025.

espaços uma vocação cultural que é política, na medida que invocam, afirmam e promovem identidades e diferenças de grupos minorizados (Pereira, Bras, Rodrigues, 2023). Isso porque utilizam, entre tantas outras abordagens, suas identidades culturais como mote para dar visibilidade aos espaços que trazem suas expressões étnicas, se colocando como espaço de cultura, festas, comidas e bebidas e música alternativa, contribuindo para as dinâmicas de produção e consumo na cidade de São Paulo, com sentidos e envolvimento político e ativismo. Percebe-se, assim, em diálogo com Yúdice (2013), o uso das culturas “africana” e “latina” - como observado respectivamente no CCA e no SyS - como um recurso para afirmação, visibilidade e autorrepresentação destas identidades étnicas, construídas no presente, invocando tradições específicas e transformando-as performativamente na cidade de São Paulo e no Bixiga (Pereira, Bras, Rodrigues, 2023).

No diálogo com Canclini (2012), nos valem da importância e da necessidade de reconhecermos as desigualdades de poder e hegemonia entre as culturas, questionando como estes agentes em suas práticas culturais não hegemônicas se relacionam e se posicionam em meio às narrativas dominantes. Canclini (2012) nos chama à reflexão sobre a construção de identidades em zonas intersticiais, enfatizando a importância e o respeito da valorização da diversidade cultural e propondo a noção de interculturalidade para pensar sobre elas. Também Pereira, Bras e Rodrigues (2023) nos apresentam uma nova forma de articulação e de expressões culturais e étnicas no uso dos marcadores da diferença como noções de ativismo, ampliando os sentidos políticos das ações no cotidiano.

Consideramos que além da oferta de uma programação variada utilizando a cultura como mote (Yúdice, 2013), os espaços analisados também promovem e se valem de práticas de economia criativa como uma lógica ou um ferramental que conjuga o aprendizado, apreciação e consumo da cultura, com o exercício de suas identidades múltiplas e plurais, nos usos dos espaços da cidade.

Justifica-se ainda a escolha deste tema e lócus de análise tendo em vista que acreditamos na complexidade da produção de cultura, dado que as discussões sobre as práticas e as identidades no território do Bixiga nos dão ricos insumos, considerando o tripé de análise: uso da cultura como recurso, o território do Bixiga e práticas de economia criativa.

Quando nos debruçamos a analisar os espaços de cultura CCA e SyS, temos a possibilidade de compreensão: a) da diferença étnica/local/regional como marcador importante para suas práticas; b) da articulação e do uso da cultura como recurso; c) da construção das formas de agência seja na produção, curadoria e divulgação das atividades, sem recair numa essencialização ou exotização da diferença; d) das engrenagens de suas práticas na elaboração de usos astuciosos e alternativos das noções de economia criativa.

1.3 Discussão e Referencial Teórico

O bairro da Bela Vista, distrito oficial onde está localizado o Bixiga, mostra-se um foco de atenção, tanto por seu histórico intercultural, como por sua localização, entre o centro antigo da cidade de São Paulo e a Avenida Paulista. Além da complexidade de sua formação, a interculturalidade (Canclini, 2003) presente no território justifica as atenções para o seu dia a dia e para os relatos de sua composição: o Bixiga agrega diversos teatros, casas de culturas, feiras de antiguidade, artesanato e pequenos produtores, uma vasta opção gastronômica, uma tradicional escola de samba, e espaços de valorização e de cultura negra, nordestina e imigrante. Em uma análise fílmica sobre o Bixiga, Paiva (2023) nos conta que o território nasceu como uma região periférica ao centro da cidade no século XIX, mas que com o crescimento da cidade e a proximidade com o centro, passou a ser vista e narrada pelas mídias e grupos hegemônicos, como um reduto italiano.

A presença italiana ainda é bastante conhecida e divulgada midiaticamente e pelo senso comum (Schneck, 2018; Avelar, 2019), mas já não é apenas o motivo ou o argumento nas divulgações sobre consumo cultural ou entretenimento. Ao longo dos anos, a diversidade de influências presentes nesse território que já atraía grande interesse em pesquisas, tem despertado uma crescente demanda pela interdisciplinaridade acadêmica, tornando-se um tema de estudo relevante em diversas áreas. Pesquisadores de comunicação, música, arquitetura, urbanismo e história analisam como essas interações culturais moldam o espaço e as relações sociais. Por exemplo, estudos sobre a relação entre arquitetura e música investigam como esse espaço urbano influencia a percepção sonora e a experiência artística. Para os historiadores do Instituto Bixiga – Pesquisa, Formação e Cultura Popular; Danielle

Rocha, Edimilson Castilho e Eriberto Castilho, a importância histórica e cultural do Bixiga para a cidade de São Paulo, pode ser contada sob várias abordagens, como por exemplo, sob a ótica da História. Nos cursos de formação, disponibilizados pelo Instituto e disponíveis tanto nas aulas presenciais quanto em sua plataforma digital¹⁰, o grupo aborda a importância do conhecimento e da valorização da cultura comunitária local.

Além disso, pesquisas em urbanismo exploram como diferentes grupos sociais contribuem para a construção e transformação do território ao longo do tempo. Para a professora da Faculdade de Arquitetura da USP e coordenadora do LabCidade¹¹, Raquel Rolnik, a problematização e a importância sobre as discussões em torno do Parque do Bixiga são caríssimas para o campo da arquitetura e urbanização¹².

Esse território, marcado por uma rica sobreposição de influências culturais, reflete a complexidade das dinâmicas sociais e históricas que forjam e compõem o espaço urbano. A presença dos povos originários, seguida pela ocupação quilombola e pela chegada de imigrantes italianos e de migrantes nordestinos, contribuíram para a formação de um ambiente diverso, onde identidades e tradições, interagem, negociam e disputam por suas narrativas e por seus espaços (Pereira; Silva e Paiva, 2024).

Essa imbricação de influências, sob a ótica das ciências da comunicação vem contribuindo para pesquisas que analisam como esses diferentes grupos contribuíram para a construção do território e sua comunicabilidade no âmbito das reflexões do subcampo das culturas urbanas, seja por meio de manifestações culturais, organizações territoriais e espaciais, seja pelas lutas, resistências e conflitos do e no social. No diálogo com Latour (2012) em sua teoria ator-rede, articulada às

¹⁰ Curso “Bixiga: de Caminho Indígena a Reduto Multicultural de São Paulo. Disponível em: <https://institutobixiga.com.br/cursos/bixiga-de-caminho-indigena-a-reduto-multicultural-de-sao-paulo-9-edicao/>. Último acesso em: x de abril de 2025.

¹¹ O LabCidade Laboratório Espaço Público e Direito à Cidade – é um laboratório de pesquisa e extensão da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, atualmente coordenado pelos pesquisadores Raquel Rolnik, Paula Freire Santoro, Isadora Guerreiro e Aluizio Marino. O laboratório tem como foco de atuação o acompanhamento crítico das políticas urbanas e habitacionais, particularmente em São Paulo e em outras regiões metropolitanas brasileiras, assim como a intervenção direta no debate público a respeito das políticas e ações desenvolvidas em rede com parceiros, tanto com grupos de pesquisa de outras universidades do país, como com ONGs, coletivos, escritórios modelo e de assistência técnica, entre outros. Disponível em: <https://www.labcidade.fau.usp.br/entenda-o-labcidade-2/>. Acesso em:

¹² “É pelo direito à cidade: conflito em torno do Parque do Bixiga vai além do embate entre Zé Celso / Teatro Oficina e o Grupo Silvio Santos. Disponível em: <https://www.labcidade.fau.usp.br/conflito-ze-celso-teatro-oficina-silvio-santos/>. Último acesso em: x de março de 2025.

contribuições de Reguillo (2021) sobre a comunicação urbana, entendemos que analisar o Bixiga e suas diversas camadas, atores, fluxos e redes - e com toda a sua complexidade no agir e existir no seu entorno - é uma espécie de exercício de desnovelar um grande emaranhado de fios enlaçados, amarrados ou em nós.

Entre esses fios e tramas, surgem as questões levantadas pelas discussões sobre economias criativas. A partir de uma noção que reconhecia a importância das atividades culturais e criativas como um motor de desenvolvimento, o conceito de economia criativa surgiu nos anos 1990, em um contexto neoliberal, ampliado a partir da ideia das indústrias culturais (Howkins, 2001). Utilizado inicialmente pelos países de origem anglo-saxã e sendo rapidamente difundido em vários países, a noção inicial de economia criativa foi adaptada ao contexto brasileiro e de várias partes do mundo.

Neste trabalho, nosso diálogo gira em torno de uma noção de economia criativa utilizada como estratégia de desenvolvimento social e não apenas econômico (Leitão 2024), que se articula, entre outras coisas, com o uso da cultura como recurso (Yúdice, 2013) e com o uso da cultura como possibilidade para a inovação e fortalecimento da identidade territorial (Reis, 2012).

Além do acionamento das questões identitárias na geração de material econômico (simbólico, social ou financeiro), acompanhar as dinâmicas comunicacionais, nos usos e apropriações dos espaços da cidade (Harvey, 2012; Pereira e Avelar, 2019) do Bixiga e de alguns agentes culturais em suas práticas e atuações, trouxeram materialidade e mais elementos sobre a importância dos temas e toda a complexidade e as dificuldades nos diálogos que orbitam em torno deles.

Entre as discussões atuais que ganharam visibilidade no debate público, percebemos como destacada e importante, para esta análise, a causa e atuação do coletivo Estação Saracura Vai-Vai, em torno da discussão sobre as obras no local em que está prevista uma estação de Metro da linha 6 – laranja, localizada no Bixiga. Mesmo que aparentemente distante da discussão em torno da economia criativa, apreender e observar como o coletivo e o Bixiga exercem, dinamizam e contribuem para a comunicação urbana - através da invocação do uso da cultura como recurso (Yúdice, 2013) – foi algo que mereceu destaque ao longo da construção desta tese, corroborando com o argumento de quão complexo e potente são o território do Bixiga e as alianças entre seus muitos agentes.

Dialogamos com Reis (2007), que, em seu argumento, nos permite visualizar a pertinência das reivindicações deste coletivo, se considerarmos que:

Não vale muito a pena estimular o crescimento de setores que geram receitas astronômicas a partir dos direitos de propriedade intelectual se a criação dessa riqueza não for acompanhada por uma melhor distribuição de renda, impulsionada por uma inclusão socioeconômica que aproveite benefícios simbólicos fundamentais, como os de acesso democrático, valorizando a diversidade e o fortalecimento da identidade nacional (Reis 2007, p.293).

A construção de uma estação de metrô em uma região central como a do Bixiga, não só traria benefícios para os moradores do entorno, mas para toda a cidade. Assim, os desdobramentos em torno das discussões sobre a obra nos trouxeram muitas inquietações e questionamentos. Para além de entender se e como os estímulos de crescimento econômico atuariam em um determinado tipo de economia criativa que tínhamos em mente, também se apresentavam outras questões que mereciam nossa atenção e que serão exploradas no capítulo dois. Entre elas, as conexões em rede que visualizamos no território do Bixiga e entre seus agentes. A propagação do uso da cultura como recurso, especificamente a da reivindicação e promoção da cultura preta. As questões raciais e identitárias debatidas em torno da luta pelo não apagamento da cultura quilombola. Os embates e disputas entre o uso de uma noção hegemônica e decolonial em definir o que se trata ou não de patrimônio, vestígio arqueológico e na maneira com que os artefatos foram sendo encontrados e tomados nas escavações.

Haesbaert (2017), nos explica que o território é um espaço complexo de conflito e luta, onde mesclam e se separam diversas identidades e que em avanços e recuos, serão reproduzidas as dinâmicas sociais (Haesbaert, 2017). Território, assim, entendido como algo dinâmico e em disputa, que contém tanto as dimensões de poder como também as formas de apropriação dos grupos e sujeitos. Tomamos então que esta complexidade seria investigada, com o objetivo de compreendermos aspectos do dia a dia do Bixiga, e ao analisarmos agentes de cultura na produção de suas artes/culturas e no exercício de suas identidades, consequentemente contribuindo para um tipo de economia, com geração de valor simbólico, material e financeiro.

Observando o território e suas redes, focando nas questões sobre economia, consideramos a importância dos estímulos e financiamentos em torno da produção de

cultura e de toda a contribuição que ela poderá fazer no combate às mazelas sociais, bem como a possibilidade de cidadanias culturais e visibilidade aos grupos subalternizados e/ou minorizados (Yúdice, 2006), sem deixar de analisar a complexidade e contradições destes processos, dado que o território do Bixiga é um nó de muitas redes interconectadas em uma trama densa, complexa e extremamente potente.

O acima exposto se tornou o tema e a problemática central deste trabalho. Partimos deste tripé – uso da cultura como recurso, o território do Bixiga e uma prática de economia criativa – e fomos construindo um plano de pesquisa, consolidando os referenciais teóricos que nos apoiariam na discussão mais aprofundada, seja nas disciplinas cursadas, seja nas discussões no âmbito do Grupo de Pesquisa URBESOM, que sempre estiveram muito próximas do tema no campo da Comunicação, e, mais especificadamente, dentro do subcampo que enfoca a comunicação urbana e as cidades (Pereira, Rett, Bezerra, 2021; Caiafa, 2017; Álvarez, Figueiroa e Zapata, 2021).

Importante ressaltar que temos um olhar crítico que evita romantizar uma noção simplista de prosperidade econômica a partir da produção/consumo cultural, sem problematizar de que cultura estamos falando, quem são os sujeitos envolvidos, de que maneira atuam. Sobretudo, evitamos nos basear unicamente num modelo de economia criativa e consumo cultural baseado no norte global, em contextos sociais distantes da nossa realidade (Oakley; Ward, 2018).

Mantivemos, na dinâmica da construção deste trabalho, uma lógica que considera o uso da cultura como recurso no centro da análise e as discussões sobre economia criativa orbitando em seu entorno, atuando ora como agente coadjuvante, ora como ferramental para as práticas culturais. Assim, a fundamentação teórica na construção deste tema precisou ser considerada de forma simultânea à pesquisa empírica: ao passo que íamos analisando e construindo a fundamentação teórica, íamos visualizando junto aos sujeitos e lócus de pesquisa, como se dão as articulações de seus modos de vida, com a comunicação e a cultura, prática esta que Pereira e López Moya (2018), explicam ser um tema fundante para pensarmos a comunicação urbana.

Observar, discorrer e expor como se dão as articulações dos modos de vida praticados no Bixiga, nas atuações dos produtores de cultura e o que resulta desta

articulação são discussões que nos parecem relevantes e pertinentes quando focalizamos os micros produtores de cultura e não os grandes eventos e espaços. Importante ressaltar aqui que o uso de micro e macro se faz necessário para tangibilizarmos uma produção de cultura que não é escalável (mensurável) e que justamente por esta característica, acaba por vezes não sendo considerada pelas políticas públicas de incentivo à cultura e até mesmo por alguns autores que abordam a economia criativa. Sem contar que quando estamos observando e analisando estas articulações dos pequenos produtores de cultura, também estamos exercitando nosso diálogo com o que Cevalco (2003) nos explica serem os estudos sobre a produção de cultura das pessoas comuns, a cultura do cotidiano, do dia a dia.

Em pesquisa que aborda as oportunidades e gargalos da economia criativa na cidade do Rio de Janeiro, Figueiredo e Jesus (2019) explicam que embora a construção de índices aplicados neste campo seja rara, existem experiências importantes em outros países, em função da importância do crescimento de economias locais. Dialogamos também com Bakhshi (2022), em sua contribuição sobre a importância da construção de dados e indicadores sobre o tema, que nos explica que em todo mundo as indústrias culturais e criativas precisam se servir de dados quantitativos e estatísticos para seus trabalhos e que, por mais que as organizações beneficiárias de financiamento público sejam pressionadas para que haja maior utilização destes dados, benefícios culturais são muito difíceis de quantificar, redobrando os esforços para a mensuração dos benefícios econômicos e sociais (Bakhshi, 2013; 2023).

Diante do exposto acima, ratificamos nosso diálogo com Yúdice (2013), quando ele afirma que o desenvolvimento econômico das indústrias culturais e criativas é importante não apenas por razões econômicas, mas sobretudo para a manutenção das narrativas locais em circulação. Isso significa sustentabilidade, no sentido de que um aumento na produção destas indústrias não deve simplesmente produzir narrativas produzidas em outros lugares; e que além de alimentar o imaginário popular, por sua vez, servem de insumos para discussões entre os cidadãos (Yúdice, 2013, p. 35).

Quando olhamos o dia a dia de um centro de cultura no Bixiga conseguimos visualizar a importância da sua existência e atuação no bairro para as pessoas, para o entorno do território e para a cidade. Além dos pontos positivos no sentido cultural

e identitário, também nos é caro trazer luz às necessidades do cotidiano destes agentes culturais, tais como: suas relações de trabalho com seus funcionários ou colaboradores; suas relações, acordos e atritos nas convivências com moradores no entorno; suas discussões com órgãos públicos sobre mobilidade, impostos, recolhimento de lixo; ou até com relação às leis urbanas vinculadas ao silêncio a partir de determinado horário.

No exercício e nas análises da comunicação urbana e das conexões em rede, sabemos que as interações, atuações e modos de vida não são sempre harmoniosas, e que a contribuição de tais agentes certamente é e será questionada neste processo no e com o território em que estão. Acreditamos que os preceitos e práticas ligados à economia criativa podem contribuir para uma prosperidade sustentável destes agentes, dentro de uma lógica que acredita que pessoas em todos os lugares têm a capacidade de crescer como seres humanos, dentro das limitações ecológicas e de recursos de um planeta finito (Jackson, 2009).

Porém, dialogamos aqui com Oakley e Ward, (2018) que afirmam a importância de não partirmos do pressuposto de que este papel da economia criativa é sempre equânime, benéfico e de que necessariamente haverá uma conexão positiva entre cultura e desenvolvimento humano, de forma axiomática. Portanto, de forma crítica também questionamos de qual economia criativa estamos falando e de que forma ela atua e é usada? Segundo as lógicas propagadas pelo mercado e pelo norte global? Ou por outras mais insurgentes e que dialogam com as realidades do sul global? Mais ainda, indagamos se os preceitos originais de economia criativa se adequam para sujeitos em certa medida estigmatizados, precarizados, subalternizados e de pequena escala, tais como os imigrantes latinos e africanos, por exemplo, os quais estão atuando na gestão ou produção desses espaços ou ali atuando como artistas. Nos interessa, sim, compreender as formas de economia criativa que estes sujeitos analisados estão elaborando e praticando.

Importante dialogar a respeito das práticas de consumo resultantes destas atividades aqui em foco, com o cuidado para que não haja uma exotização e uma estigmatização de sujeitos, ou seja, de práticas neoliberais de consumo da diferença que se mostram indiferentes e indiferenciadas (Bhabha, 1998; Pereira, Bras e Rodrigues, 2023) sobre suas agências, performances e de seus produtos culturais. Isso se relaciona com a discussão de Aparicio e Chávez-Silverman (1997) ao trazerem

o conceito de *tropicalizations*, utilizado para pensar identidades latinas em solo estadunidense, e que aqui nos chama atenção dado que os dois espaços de cultura são conduzidos por sujeitos imigrantes.

O conceito acima é utilizado para pensar as identidades, e é abordado ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Estamos atentos a esta noção, articulada com a produção e propagação/comercialização das práticas migrantes sob a ótica da economia criativa. Não podemos perder de vista que tais agentes/sujeitos que invocam sua diferença como importante marcador no seu fazer cultural podem ser vistos e encarados muitas vezes nas dinâmicas de consumo em cidades globais e cosmopolitas como mero exotismo de “consumo da diferença”, numa lógica homogeneizante, indiferente e colonialista (Hall, 2003; Bhabha, 1998) que não valoriza suas criatividade, saberes e diferenças em seus sentidos políticos e sua potência de rasurar as culturas dominantes; ou seja, naquilo que Hall denomina “proliferação subalterna da diferença” (Hall, 2003, p.60). E aqui, mais uma vez, concordamos com as afirmações de Pereira, Bras e Rodrigues (2023), quando salientam a possibilidade de uma dinâmica de consumo cultural nas cidades, que tenha sentidos solidários, engajados e de atuação e envolvimento político.

O Bixiga também é cenário de embates no que tange aos processos de gentrificação e de incentivo aos usos dos espaços públicos - com discussões que em determinados momentos se opõem aos interesses econômicos hegemônicos e dão visibilidade às pautas raciais e identitárias. A implementação de políticas públicas e de intervenções estatais que levam à ameaça, ao deslocamento forçado e a remoção de populações moradoras de áreas precárias, ocupações e favelas no Brasil, não é um fenômeno recente (FNRU, 2019; Rolnik *et al.*, 2017; Santos Jr., 2012). Em um artigo que explica as políticas públicas habitacionais que vem sendo postas em prática na cidade de São Paulo, é dito que além de ameaçar e remover os moradores de determinadas regiões, ainda não dão suporte nem atendimento às estas pessoas. Almeida, Ungaretti, Santoro e Castro (2020) nos explicam que há uma contradição existente e importante na promoção do interesse público em melhorar as condições de mobilidade de saneamento e qualidade ambiental. Com a realização de grandes obras viárias, proteção de áreas ambientais sensíveis, execuções de infraestrutura como canalização de córregos, drenagens, por vezes, há uma ameaça ao direito das moradias adequadas e segundo os autores, um vínculo perverso, pois, se trata de um

processo de remoção para fazer habitação, ameaças para fazer segurança, sendo uma contradição no cerne destas políticas (Santoro *et al*, 2020, Mendonça, 2017). O diálogo com abordagens relacionadas aos processos de gentrificação e usos dos espaços públicos também era visto nas manifestações e atividades culturais promovidas no território, sendo uma pauta incorporada ao dia a dia dos sujeitos.

Mesmo quando não se tratava de uma atividade, ação ou evento específico de temas relacionados ao direito à moradia, mobilidade ou melhores condições habitacionais, pudemos visualizar que esta pauta estava presente.

Tomamos as noções de cultura e os desdobramentos em relação aos agentes de cultura e frequentadores do território do Bixiga, como mote para análises destes agenciamentos e de suas ações. Além da produção e ativação de circuitos de produção e consumo culturais mais alternativos que dinamizam aquela territorialidade (Avelar, 2019; Bras, 2021; Rodrigues, 2022; Pereira, 2018), o território do Bixiga se apresenta como uma espécie de palimpsesto urbano, que possui marcas identitárias de diversos grupos em disputa no passado e renovadas, realçadas e visibilizadas na atualidade (Pereira *et al.*, 2023); fazendo com que seus agentes, suas ações e atividades sejam de nosso interesse por múltiplas perspectivas: os sentidos construídos de comunicação urbana, o uso da cultura como recurso e várias formas e práticas de economia criativa.

Partindo das análises do território, das lógicas de usos, existência e convivência postas em prática pelos agentes ali existentes, buscamos compreender como se dão estas práticas e como elas atuam na geração de valores simbólicos e materiais ali produzidos, nos indagamos ainda se estas práticas podem ser exemplos de economia criativa.

Analisar e compreender como e porque os sujeitos fazem suas atividades ordinárias são importantes para os estudos de comunicação que dizem respeito à cidade e culturas urbanas. Entender as práticas, redes, conexões e relacionamentos que se constroem entre agentes de cultura, moradores, simpatizantes, frequentadores e os poderes hegemônicos nos permite analisar as complexidades em torno destes temas, mas principalmente, trazer elementos para esta discussão, visualizar as disputas e entender suas possíveis contribuições para a diminuição de desigualdades.

Dialogamos com Caiafa (2002) e assumimos que as cidades são poderosos espaços de exterioridade que se opõem ao interior dos espaços fechados e a

interioridade dos sujeitos. Analisar e descrever a produção subjetiva nas e das diferentes configurações urbanas é de suma importância para que se entenda a especificidade da experiência humana (Caiafa, 2002).

Além da importância no encontro com as culturas locais, na promoção da diversidade, na contribuição de um melhor desenvolvimento urbano, a compreensão e entendimento sobre os sentidos de comunicação urbana (Caiafa, 2002; Pedrosian, Figueiroa e Agudelo, 2021; Pereira, 2017; Pereira *et al*, 2021), são essenciais na produção de conhecimento sobre as dinâmicas das cidades. As noções de comunicação urbana podem apoiar as discussões sobre planejamento e desenvolvimento social; e seu uso como perspectiva de análise pode levar a compreender como práticas insurgentes de economia criativa em locais de pequena escala como os aqui analisados podem servir para os estudos que se debruçam sobre construções e exercícios das identidades e consequentemente para ambientes mais inclusivos, colaborativos e sustentáveis nas cidades.

Continuamos o diálogo com Caiafa (2002) e concordamos que ao sairmos à rua e exercitarmos a experiência da alteridade nas cidades, em certa medida, temos as identidades originais transformadas ou tensionadas, nos inserindo em uma espécie de confronto da percepção de descontinuidade e de diferença, passando por uma experiência do estranhamento e do inesperado; e sobre isso, Caiafa (2002) afirma que além de atrativo, trata-se de uma marca das cidades, caracterizando-as como um universo de circulação e comunicação bastante singular (Caiafa, 2002).

Tendo como base as premissas acima, a produção deste conhecimento tem o território do Bixiga e seu entorno como foco, conforme discorreremos ao longo do trabalho. Além de uma complexa história intercultural - italianos, africanos, palestinos e nordestinos - que se reflete na culinária, em espaços de cultura, musicalidades, murais e grafites – dando ao local uma espécie de charme e fascínio pelo contraste com a degradação que é comum em regiões centrais de grandes cidades - o Bixiga tem uma vida noturna vibrante, com muitas opções de bares, locais de música, teatros e restaurantes. Além das cenas e circuitos musicais já abordados por outros pesquisadores e em outras oportunidades (Pereira, 2017, 2018; Avelar, 2019), o bairro é cenário de discussões e embates contemporâneos que contribuem para a construção do conhecimento e para a discussão de temas como gentrificação, memória, patrimônio e direito à cidade. Como já dito, as discussões em torno da

construção da linha 6 – Laranja do Metrô, efetuada por um consórcio de construtoras, sob gestão e responsabilidade do Estado, que iremos detalhar ao longo deste trabalho evidenciam tal construção de conhecimento.

Além das polêmicas e debates caros ao campo da arquitetura e urbanismo, sociologia e economia. Um exemplo disso é a situação que se desenrola desde que no local das escavações do metrô no bairro foi encontrado um sítio arqueológico. Tal situação fez emergir uma importante visibilidade sobre as discussões em torno das culturas negras, dado que ali se localizou o Quilombo Saracura (Pereira, Avelar; 2024) e que a comunidade local, estudiosos e defensores das causas do povo preto vem invocando na busca pela preservação da sua memória, presença e cultura.¹³

No aprofundamento das discussões propostas por Yúdice (2013) sobre o uso da cultura (além da importância quando nos debruçamos sobre o território), percebemos um aumento da disseminação do conceito de economia criativa e as discussões sobre os negócios da cultura baseados nas gerações de valores econômicos. Compreendemos que aprofundar a discussão sobre o que de fato implicam estas noções, nos proporciona enriquecer o debate e compreender se estamos diante de preceitos que nos ajudam no avanço da discussão e da promoção de equidade e pluralidade, ou se estão sendo interpretados de uma maneira superficial e de cunho neoliberal.

Considerando que a construção deste trabalho orbita em torno de três eixos centrais - o território do Bixiga, o uso da cultura como recurso e as estratégias e os desdobramentos do exercício de economia criativa - vamos decupar estes eixos em mais conceitos que sustentem de forma substancial estes pilares centrais: a) a noção de cultura, a cultura como recurso e as questões relacionadas às identidades; b) a comunicação urbana, as redes comunicacionais (redes, nós e controvérsias); c) o debate sobre economia criativa.

Nas conceituações relacionadas ao uso da cultura como recurso, como já dito anteriormente, nos valem inicialmente do conceito de cultura baseado nos estudos culturais britânicos (Willians, 1979 e 2011) e na sequência, os desdobramentos desta discussão na América Latina, considerando as obras de Jesús Martin-Barbero (2004,

¹³ Nas muitas discussões efetuadas pelo coletivo Saracura Vai-Vai, em várias ocasiões se afirma não apenas que ali foi um quilombo, mas que o Bixiga é, na atualidade, em quilombo, no sentido de aquilombamento, como símbolo de resistência étnica e política (Nascimento, 2006).

2017) e Nestor Garcia Canclini (2007), abordando as mediações e as conexões entre múltiplos agentes, articuladas ainda com a noção de interculturalidade.

Tomamos como base para compor a discussão do conceito de multiculturalidade e interculturalidade a obra de Canclini (2003), dado que o território do Bixiga é atravessado por esta noção de interculturalidade que supõe as zonas intersticiais de negociação, conflito cultural e empréstimos recíprocos.

Também tomamos como uma contribuição extremamente cara a este trabalho, a noção de Yúdice (2013) sobre a performatividade como uma lógica fundamental da vida social no século XXI. Em seu trabalho, o autor usa outros teóricos que abordaram as discussões em torno do uso das noções de vozes e polifonia para compreender a agência ou autoria dos produtores de cultura; e ainda sua noção de performatividade da cultura e das identidades, que contribuem com nossas análises sobre produtores de cultura do Bixiga e em suas estratégias e táticas de atuação quando precisam disputar, negociar, atualizar, construir sentidos para práticas e atividades.

Por fim, dentro da discussão de cultura e consumo cultural, nos aprofundamos nos conceitos de Yúdice (2013) sobre a conveniência da cultura e os usos da cultura como recurso. Antes mesmo de conjugarmos a proposta que os teóricos sobre economia criativa trazem sobre a importância de considerarmos a criatividade na geração de valores sociais, simbólicos e econômicos, o autor já nos apresentava a importância de termos em perspectiva que as noções sobre cultura pautada em um estilo de vida - no qual há geração de valor simbólico e não apenas econômico - deveriam ser analisadas como o eixo de uma estrutura epistêmica, levando em conta o gerenciamento, a distribuição, o acesso e os resultados que a cultura propicia.

Quando nos debruçamos sobre as dinâmicas comunicacionais, o território do Bixiga e a comunicação urbana, importante pontuar que estes temas foram e são amplamente discutidos no grupo de pesquisa URBESOM, ao qual estou vinculada, e que é liderado por minha orientadora, Simone Luci Pereira. Além destes estudos subsidiarem o pensamento e a produção de conhecimento na construção deste trabalho, apoiam também outros pesquisadores vinculados ao grupo ou que se conectaram as pesquisas desenvolvidas e em desenvolvimento, em participações de eventos acadêmicos ou até mesmo na construção de pesquisas que se conectam com demais áreas, como arquitetura e urbanismo, artes, música e nutrição.

Sobre a comunicação urbana e suas zonas fronteiriças com demais conceitos de interesse sobre os usos dos espaços nas cidades e as relações afetuais no conviver nas urbes, dialogamos com Reguillo (2021) e Pereira (2019; 2020; 2021; 2023). Para além de debates que fomentaram as análises deste trabalho também refletimos sobre os diálogos e construções colaborativas propostas nas pesquisas de Caiafa (2002) e Rett (2021), que ao longo de suas produções, contribuem para a visualização da teoria nos processos de análises e observação da empíricas.

Para a análise e compreensão da atuação do território Bixiga, consideramos as discussões propostas por Latour (2012) em sua teoria ator-rede sobre a atuação dos agentes humanos e não humanos, na qual o Bixiga se posiciona como sujeito produtor de cultura como uma atuação bastante protagonista. Consideramos as noções de redes, nós, associações, agregações e fluxos, tomando o território como agente e suas múltiplas disputas nas várias maneiras de estarem juntos – agentes, atores e território. Dialogamos também com Barroso (2022) no que diz respeito à cartografia das controvérsias aplicada ao estudo de festas no centro do Rio de Janeiro e no processo de estarmos em constante contato com os agentes de cultura e acompanharmos suas interações e abordagens, seja no território “físico”, presencial; seja em seus perfis e publicações em algumas plataformas digitais.

Quando partimos para o tema da economia criativa, voltamos a um diálogo com Yúdice (2013) que já nos dizia que a conveniência da cultura poderia ser invocada para resolver uma série de problemas para a comunidade - que antes eram de domínio da política e da economia (tradicional) - mas que à medida que a compreensão e análise sobre o assunto trazem coerência à sociedade e equipam as pessoas com valores humanos, vemos uma articulação com a ideia de conveniência da cultura. Essa invocação já fazia sentido antes mesmo de nos depararmos com a problematização em torno do uso do conceito sobre economia criativa, de sua aplicabilidade e mensuração, lembrando que as discussões iniciais do tema ocorreram no norte global e não foram pensadas para a realidade brasileira, ou, ao menos, não permitem seu uso e aplicação sem qualquer ponderação.

Analisando a conceituação teórica sobre indústria e economia criativa, abordamos as noções de autores basilares do tema, mas dialogamos mais diretamente com Seldin (2015), Reis (2012) e Leitão (2023), principalmente para o entendimento a respeito de quais economias criativas estamos falando e, como esta

discussão permeia as relações sociais, afetuais, colaborativas e financeiras entre os agentes do Bixiga, principalmente nas interações onde há o uso da cultura como recurso, fomento e argumento das narrativas em disputas que transpassam o dia a dia daquele território. Isso para entender quais tipos, dinâmicas, lógicas de usar a criatividade, artes, dança e música como forma de produzir valores simbólicos, materiais e econômicos; e principalmente, conseguir viver disto sem que restrições ou escassez de recurso sejam esperados por quem tenha escolhido viver da cultura e tê-la como principal fonte de renda e atividade.

Para pensarmos as implicações do uso das políticas públicas e o quanto podem incidir na comunidade e no território, estabelecemos diálogo com Demarchi (2015), importante para considerarmos o resultado da produção cultural do CCA e do SyS, diante das justificativas da importância da economia criativa nas narrativas existentes.

1.4 Metodologia

Tendo como base a fundamentação teórica exposta acima e em busca de oferecer análises e compreensão em torno da problematização construída, partimos para a etapa de definição e apresentação de uma metodologia que nos permita uma melhor interpretação dos fenômenos estudados, bem como possibilite evidenciar nossas participações e interações no e com o Bixiga e seus múltiplos agentes/sujeitos.

Em princípio, declaramos que esta pesquisa é elaborada tendo como base um trabalho de campo de inspiração etnográfica/cartográfica. A principal noção de cartografia aqui utilizada está em diálogo com a proposta da teoria ator-rede (Latour, 2012) como abordagem metodológica.

Em suas análises sobre os movimentos que compõem e constroem o “social”, Latour (2012) nos explica que devemos seguir os rastros dos atores ou sujeitos envolvidos, cientes de que o que estamos nominando como social não se deixa apreender totalmente, não é de todo visível e não pode ser completamente substantivado (Avelar, 2019). No uso da teoria ator-rede, tomamos que os agentes/sujeitos (humanos e não humanos) constroem uma maneira de lidar em suas rotinas e práticas do dia a dia, inseridos e integrados em uma rede, ou em um emaranhado de redes, em nós e imbricações que compõem esta trama e tecitura social. Tais imbricações, ora estáveis, agrupadas e ritmadas, também se apresentam tensionadas e conflitantes e podem se solidificar, se dissolver e se reagrupar, de

acordo com sua cadência, fluxo e intensidade de atuação que ora se aglutina, ora se dissipa e se dissolve.

As redes de atores que presenciamos e analisamos no Bixiga, nos equipamentos de cultura que analisamos, nas propostas e nas discussões dos coletivos, festas de rua e eventos pelo bairro, nos ajudam a compreender com mais clareza as dinâmicas comunicacionais, identitárias, mercadológicas, econômicas e suas articulações e agregações a partir das considerações de Latour (2012).

Vale detalhar o que estamos considerando como “inspiração” nos conceitos de etnografia e cartografia. A definição por uma metodologia de inspiração cartográfica se vale do fato de não seguirmos métodos de maneira estanque ou fechada, mas uma combinação de diferentes ferramentas. Dialogando com Passos, Kastrup e Escóssia (2015), se afirmássemos que a metodologia utilizada seria a cartografia, a partir do sentido tradicional *meta-hódos*, conforme a etimologia, acabaríamos seguindo a direção da pesquisa a partir da meta encarada como o ponto de partida. Ao longo desta pesquisa, propomos a prática explicada por Passos, Kastrup e Escóssia (2015), ao considerar a proposta cartográfica de: inverter o *meta-hódos* em *hódos-meta*, em busca da experimentação do pensamento, como um processo. Não se prescinde do rigor metodológico, mas abre-se espaço para a criatividade, a abertura e as mudanças encontradas no processo de pesquisa.

Da mesma forma, em muitas situações durante as visitas aos locais de cultura escolhidos no território do Bixiga, nem sempre tomávamos a “meta” como ponto de partida. Para clarificar ainda mais esta inspiração, no capítulo três, específico sobre os equipamentos de cultura analisados, iremos contar as situações que vivenciamos em nossas visitas no SyS e no CCA; por mais de uma em vez que estávamos lá. Ao iniciarmos uma conversa com algum músico ou colaborador numa festa ou evento, compartilhávamos as dúvidas e curiosidades em relação à pesquisa em andamento e trazíamos o assunto para aquela oportunidade. Vale ressaltar que, por mais de uma vez tive a oportunidade de contar inclusive que se tratava de uma pesquisa acadêmica - mote inicial de estar ali - e as respostas além de ricas, acabaram nos levando a fatos e informações que, se seguissemos metodologias pré-estabelecidas à risca, talvez não nos permitíssemos perceber, indagar e compreender aspectos e fenômenos com a mesma profundidade, intensidade e clareza. É esta inspiração cartográfica que vai permitir a construção e consolidação deste trabalho inserido e sendo permeada pela

subjetividade do pesquisador, muito em linha com o que Lopes (2018), vai chamar de cartografia barberiana, ao tomarmos a cartografia como uma metáfora, na construção de um pensamento aberto, não linear e não conclusivo.

Ao declararmos que também exercemos a pesquisa a partir de uma inspiração etnográfica, dialogamos com as noções de etnografia de Restrepo (2016), onde assumimos a importância de fazermos um estudo de base etnográfica de forma contextual e situada sobre as complexas relações entre práticas e os significados dados pelos sujeitos sobre algo em particular, seja em um lugar, uma atividade, um ritual ou uma instituição. Levamos em conta a importância de detalhar ao longo dos relatos, visitas e atividades sobre nossas interações com os sujeitos e o território do Bixiga, exercendo a busca pela compreensão da teoria na interação com a empiria do campo.

A escolha por uma inspiração etnográfica, neste caso, deriva do fato de que não estamos descrevendo as práticas e saberes dos sujeitos e grupos analisados, a partir das técnicas rígidas (entrevistas, observações e conversações) previamente definidas, mensuradas e catalogadas no cânone antropológico, mas sim registrando as percepções e impressões em uma ação, levando em conta o tempo, espaço histórico e enfatizando o seu caráter intersubjetivo. Não assumimos todos os passos e itens que compõe uma etnografia clássica no campo antropológico, a qual resulta no relato etnográfico. Além de Restrepo (2016), nos valem do diálogo com Rocha e Eckert (2003), onde assumimos que exercemos uma etnografia que contemple uma reciprocidade cognitiva com as fontes e os sujeitos investigados e com a própria retórica analítica do pesquisador em seu diálogo com os sujeitos, com o território e com a cidade. Ciente de que esta retórica é portadora de tensões entre uma tradição de pensamentos científicos e as representações coletivas próprias que a cidade coloca em cena, o pesquisador constrói o seu conhecimento da vida urbana na e pela imagem que ele compartilha ou não com os sujeitos/grupos por ele investigados (Rocha, Eckert, 2003).

Interessante compartilhar as percepções que Paiva (2023), em sua pesquisa sobre o território do Bixiga, traz sobre como a etnografia ao longo dos tempos, foi se constituindo de um método de coletar dados, atrelado ao conhecimento das ciências sociais e humanas; para além de uma técnica, uma episteme (Pereira *et al*, 2023). Paiva explica ainda que este método, situado em um pensamento sobre o espaço de

forma estável e fixa, era baseado em uma espécie de hierarquização dicotômica entre o outro/sujeito observado e o eu, pesquisador/observador. O pesquisador relata que associando essa perspectiva de episteme, foi possível perceber o quanto ele estava implicado como pesquisador com os próprios sujeitos pesquisados.

Sob as perspectivas já mencionadas, sempre que estávamos em contato presencial com os sujeitos/agentes, ou quando estávamos em pesquisas e análises nos perfis das plataformas digitais, tínhamos em mente as provocações que em nossas orientações ou nas discussões do Grupo de Pesquisa URBESOM, Simone Luci Pereira nos fazia. Ao interagirmos e estarmos em contato com nossos sujeitos, precisávamos ter em mente, de forma clara, em quais noções e em quais teorias sobre a cartografia e a etnografia estávamos ancorados ou em diálogo. Tal clareza sobre estes referenciais, além de necessária para a construção do trabalho em si, acabava nos dando sustentações em nossas formas de condução. As provocações eram para acharmos uma maneira de colocar a teoria em prática, com uma postura ética, que prezasse pela observação, pelo diálogo e pelas trocas intersubjetivas; sem que esta atitude deixasse de lado o rigor acadêmico que uma pesquisa neste formato requer.

Portanto, consolidamos nossas análises por meio de muita observação, visitas presenciais, entrevistas, conversas e interações informais com os produtores, proprietários, frequentadores e consumidores dos equipamentos de cultura abordados neste trabalho. E com todos estes sujeitos que, direta ou indiretamente, estão relacionados e conectados com o território do Bixiga, assume-se que a metodologia segue uma inspiração etnográfica/cartográfica. Um exemplo deste exercício que é explorado com mais detalhe no capítulo específico - mas que, entendemos, vale adiantar para compartilhar a lógica no uso destes conceitos - foi nossa análise em relação aos meios de pagamento que os equipamentos de cultura usam em suas atividades comerciais (cobrança de entradas, bebidas e alimentação). Traremos os detalhes que compõem este episódio e que nos é muito caro quando pensamos em que tipo de economia criativa é possível exercitar nas relações com o dinheiro e nos modos de fazer gestão dos seus respectivos negócios, que os produtores de cultura conseguem colocar em prática no dia a dia. Essa observação e questionamento, que surgiu em meio a uma atividade de observação direta e nas interações de campo, não estava entre as perguntas ou preocupações iniciais da pesquisa, tendo surgido no processo. E não foi rechaçada ou deixada de lado, mas incorporada à nossa

construção e ao desenho da pesquisa, tendo se tornado uma questão bastante central.

Assim, como se deram então o planejamento e a construção metodológica? Na medida em que em sala de aula, nas discussões ou seminários, na leitura e em participações nas orientações íamos acessando e debatendo as definições conceituais e metodológicas das teorias que seriam utilizadas. Posteriormente, traçamos um planejamento de como abordar e analisar isso na prática, no território e nos sujeitos de pesquisa definidos. A operacionalização do que era planejado previamente era feita através de visitas aos eventos nos respectivos locais e ou, acompanhando suas movimentações e condutas nas plataformas sociais digitais.

Geralmente, quando se tratava de um evento à noite, sempre íamos nos dois espaços analisados, começando a noite no SyS e terminando no CCA. As oportunidades de conversas informais com colaboradores, músicos e até familiares dos profissionais, na maioria das vezes, aconteceram quando as atividades do local ainda não haviam se iniciado, e logo quando os participantes, público e frequentadores haviam acabado de chegar nos locais.

Em algumas situações definíamos previamente que só iríamos em um dos espaços –apenas no SyS, ou somente no CCA. Por exemplo, se era uma data especial ou se os artistas, banda ou evento traziam certa expressividade que pudesse deixar a casa mais cheia que o habitual, optava, com antecedência, que iria a um local apenas. Por questões que eu entendia estarem relacionadas à segurança, também decidia isso de maneira prévia: se por alguma razão eu não tinha companhia para a visita, ia a apenas um dos locais. Seja com o transporte de motorista de aplicativo ou de carro; seja sobre a escolha do local para estacionar o carro, tudo fazia parte do planejamento da noite.

Nas situações em que eu tinha companhia, pude alternar o começo das visitas e pude observar em muitas oportunidades uma espécie de migração pela noite que será comentada mais adiante. Observei que algumas pessoas e grupos andam pelo Bixiga, de casa em casa, ou de bar em bar. Tive uma percepção que para algumas pessoas ou grupos, o melhor aproveitamento da noite só se dava, se tivesse sido possível ir em mais de um bar, casa noturna ou show.

Como mencionado, a expressividade do evento, músico ou banda, foi considerada também: decidir por ficar a noite toda em um dos equipamentos culturais,

ou chegar antes do início da festa/evento, era importante para ter um melhor aproveitamento da visita. Ressalto aqui que o que estou chamando de expressividade, é uma conceituação apenas por inferência de uma possível relevância, avaliada sem nenhum critério valorativo, quantitativo, mercadológico ou financeiro. Por exemplo, se a banda ou músico já havia se apresentado e nesta apresentação havia lotado o espaço, isso era considerado um evento de expressividade; se a banda ou músico possuía muitas diferentes conexões nas plataformas digitais, era considerado um evento de expressividade; se já haviam tocado em alguma das unidades do SESC¹⁴ ou em algum outro estabelecimento de São Paulo, com maior capacidade física, esse também era um parâmetro para ser classificada, por mim, como um evento de expressividade.

Porém, para ter uma visão menos comprometida ou enviesada, fazia as mesmas considerações e seguia os mesmos parâmetros, de forma contrária: procurava eventos onde eu supunha que não teria tanta demanda ou participação do público. Em situações como esta, escolhia apresentações durante a semana, com músicos ou bandas que estavam começando suas atividades, ou que se declaravam como novos ou de passagem aqui pela cidade. Em uma oportunidade, conheci um grupo de músicos que tocavam *cumbia* peruana; talvez, por se tratar de uma variação do ritmo ou, por ser um dia durante a semana, ou até mesmo por se tratar de uma banda menos conhecida, a quantidade de participantes do show não se mostrou como nas demais datas e mesmo sem muitos parâmetros quantitativos, foi um evento classificado, por mim, como um dos de pouca expressividade.

Em dias alternados durante a semana, se eu estivesse acompanhada, escolhia um dos locais para começar a noite e dependendo do dia, até voltava para o local onde a noite havia começado. Eventos de música ou shows durante a noite contam com a participação de um público que pode ter seu comportamento influenciado pelo consumo de bebidas alcoólicas. Por mais que meu objetivo ali não era analisar o público apenas, do meio para o fim da noite, já começava a me atentar a quão “alterada” estava a plateia.

¹⁴ SESC: Abreviação para Serviço Social do Comércio; instituição sem fins lucrativos, idealizada por empresários do setor de comércio e prestação de serviços que se declara com objetivos de promoção de bem-estar e de qualidade de vida dos trabalhadores deste setor, de seus familiares e da comunidade no entorno de suas unidades. Disponível em: <https://www.sesc.com.br/faq/o-que-e-sesc/#:~:text=Sesc%20%C3%A9%20a%20sigla%20para,aos%20trabalhadores%20e%20seus%20familiares>. Último acesso em: 01/03/2025.

Como comentei há pouco, os horários do início da noite e os dias mais vazios, me permitiram iniciar algumas conversas e observar situações, transitar por dentro dos espaços, o que além de facilitar o diálogo, me permitia tirar fotografias e realizar filmagens, apreendendo como se davam as interações entre os múltiplos sujeitos do local. A postura ética tendo a etnografia como episteme (premissa reforçada nas aulas e nos debates sobre o tema), me abria portas e facilitava algumas conexões: quando eu queria saber algo mais específico sobre o local e atividade, me apresentava como pesquisadora e em poucas palavras, contava que além de aproveitar o entretenimento de estar ali, havia um interesse nas práticas e atividades exercidas por aqueles sujeitos. Com tempo, ficamos conhecidos dos produtores de cultura, de alguns músicos e de até de alguns dos frequentadores, o que, no Bixiga, é algo relativamente normal.

Antes da decisão do dia da semana, local e horário que seria visitado, importante contar que as publicações nos respectivos perfis em redes sociais digitais que antecederiam aquele evento, eram analisadas também. Por se tratar de uma análise qualitativa, não cabe aqui discorrer sobre a atuação dos algoritmos nas plataformas digitais ou sobre as impressões ou abordagens em que estes algoritmos atuam sobre os seguidores de determinado perfil. O fato é que, pelo menos uma vez, a cada dois dias, ou ao menos uma vez por semana, tinha o hábito de consultar as plataformas que os sujeitos/agentes mais usam. Neste caso tanto o SyS, quanto o CCA, são mais atuantes na rede social Instagram. Quando uma publicação ou evento era mencionado e os artistas, músicos ou protagonistas daquele evento, em específico, eram marcados na publicação, estes sujeitos também eram consultados, observados e acompanhados. Mesmo quando a publicação não era sobre um evento/show ou atividade específica, era interessante perceber como os sujeitos interagiam ou se posicionavam nas plataformas sociais digitais, frente a situações contemporâneas importantes, como por exemplo, uma atividade internacional sobre cultura ou uma campanha eleitoral aqui no Brasil ou em países do exterior. Outro ponto importante a ser compartilhado é que poder estar nos espaços/agentes SyS e CCA (atualmente Piuss Bar) durante o dia (além dos shows que na maioria das vezes eram à noite), também foi importante no processo de análise e observação: mesmo que de forma esporádica, entender a lógica de limpeza, funcionamento, logística e maneira com que os produtores se relacionam com os prestadores de serviço que apoiam a

manutenção dos espaços foi interessante e me permitiu entender que algumas relações são temporárias e pontuais como, por exemplo, a mão de obra relacionada à limpeza de um dos lugares.

Usar uma metodologia de inspiração cartográfica/etnográfica, produzindo subjetividades a partir das tensões envolvidas no campo e no processo da investigação me permitiu, por exemplo, observar que os equipamentos de cultura em determinadas situações, usam a documentação de pessoas físicas, nos cadastramentos dos meios de pagamento para atender o público consumidor dos locais, festas ou eventos. Em um primeiro momento isso pode parecer algo simples e até de pequena importância; porém, como será abordado mais à frente, essa observação contribuiu de forma significativa nas análises relacionadas às estratégias (ou a falta delas) de economia criativa postas em prática. Em nenhum momento definimos previamente que isso seria analisado; porém esta situação nos permitiu perceber, visualizar e seguir estes “rastros” e estes atravessamentos, que se desdobraram em outras coisas a serem exploradas e comentadas no capítulo específico sobre as práticas econômicas do SyS e do CCA.

No campo dos estudos de economia criativa, importante ressaltar que em sua maioria, os trabalhos que tratam de temas correlatos à economia de forma ampla e às economias criativas estão mais preocupados em construir dados macros, bases de dados quantitativas, com indicadores econômicos etc. Já nosso objetivo é trazer dados qualitativos de base etnográfica/cartográfica dos locais em foco, pensados e elaborados a partir das anotações e diários de campo, entrevistas e das observações e percepções das nossas interações com e entre os agentes. Para além deste objetivo, evidenciamos situações dos desafios existentes como, por exemplo, a dificuldade de acesso a dados estatísticos, públicos e oficiais relacionados aos agentes/atores informais; além da possibilidade de ofertar a este público, visibilidade e valorização por suas iniciativas. O que Herschmann *et al.* (2024), explicam se tratar de uma possibilidade de que facetas invisíveis da cidade venham a emergir de alguma maneira a quem acessa este trabalho.

Ou seja, uma perspectiva de construção de uma cartografia que levasse em conta a possibilidade de dar visibilidade às representações, conflitos e questões identitárias dos sujeitos, suas redes e conexões, sem deixar de considerar que esta mesma cartografia pode apresentar disputas, tensões, hierarquias entre o

pesquisador e o pesquisado. Tomamos aqui que quem faz a cartografia, para quem e porque ela será feita e apresentada, sua finalidade e os interesses que este trabalho pode servir, norteiam como forma de conduta e processualidade a construção deste conhecimento ao longo desta pesquisa.

Afirmamos aqui que como metodologia, utilizamos as análises, reflexões e considerações das oportunidades em que estivemos presentes e acompanhamos os eventos, práticas, atividades dos dois espaços analisados, tanto de forma presencial quanto em suas interações, abordagens e publicações nas plataformas sociais. Um trabalho de campo que envolveu, assim, observação direta, anotações de campo, registros audiovisuais, conversas informais e entrevistas formais com gestores, produtores, artistas, funcionários do local e público frequentador. Mais ainda, como já dito, com uma busca por estas inspirações como um processo na experimentação do pensamento, sem prejuízo ao rigor acadêmico necessário, mas estando atendo e aberto à criatividade ao longo desta construção. Um diálogo e um alinhamento com a proposta de Caiafa (2002) sobre o aproveitamento do imprevisível no trabalho de campo.

Ao mesmo tempo do desenvolvimento deste trabalho, o grupo de pesquisa URBESOM – Culturas Urbanas, Música e Comunicação, do qual sou membro, estava conduzindo uma pesquisa interinstitucional em rede entre 2023 e 2024, intitulada “Multicartografias das Cidades Musicais” (financiada pelo CNPq), que contava com a participação de especialistas e pesquisadores de seis universidades: UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro; UFF - Universidade Federal Fluminenses; UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro; UNIP – Universidade Paulista; UFRB – Universidade Federal do Recôncavo Baiano; UFPE – Universidade Federal do Pernambuco. Tal pesquisa em rede buscava contribuir com os debates sobre os projetos de construções de cidades e distritos criativos no Brasil e contribuir com alguns subsídios para a renovação das políticas públicas do país. Com a elaboração de uma (multi)cartografia das controvérsias – na qual se procurou seguir os rastros e as interações dos atores (humanos e não humanos), buscava salientar a relevância de pensar a riqueza das cenas e circuitos de pouca visibilidade, comparados as relevâncias das atividades musicais promovidas no âmbito do *mainstream*¹⁵.

¹⁵ Apresentação disponível no site/portal da pesquisa. Disponível em: www.multicartografias.com.br
Último acesso em: 27/10/2024.

Ser uma das pesquisadoras envolvidas nesta empreitada, participando das reuniões, pesquisa de campo, aulas e discussões, foi de extrema importância. Para além das discussões das metodologias envolvidas e da conceituação teórica que suportaria a construção e entrega da plataforma digital “Multicartografias das Cidades Musicais”, o conhecimento necessário e adquirido foi de extrema contribuição para a construção desta tese; além de todo o suporte do grupo como um todo, uma vez que os assuntos analisados e discutidos na pesquisa maior, tratavam de temas correlacionados, interligados com os meus sujeitos de pesquisa.

Por fim, vale explicar que a presente tese foi dividida em três capítulos. O primeiro narra as discussões sobre a formação/ocupação do território do Bixiga e suas atuações como agente. Articulamos aqui as noções de Latour (2012), que nos explica como atores humanos e não humanos protagonizam as relações, o que dialoga com Santos (1999), que nos explica como o território deve ser visto como algo que está sempre em processo, nunca finalizado. Sob estas perspectivas, trazemos no primeiro capítulo como o agente Bixiga contribui de maneira significativa para os estudos da comunicação, a partir das noções de comunicação urbana. É neste território potente que, estando sempre em dinâmica, podemos acompanhar desdobramentos importantes das discussões sobre uma obra em andamento para a construção da estação de metrô e as reivindicações do coletivo Estação Saracura Vai-Vai. Discussões estas que nos permitiram acompanhar uma espécie de exercício prático da noção de uma comunicação urbana como operador conceitual e analítico (Rizo Garcia, 2013).

No segundo capítulo, abordamos como se iniciaram os questionamentos e as discussões que levaram ao conceito de economia criativa, a partir das noções de indústrias criativas, nos anos 1990, em um contexto de neoliberalismo. É feita também uma discussão com autores que abordam a economia criativa e suas características no sul global. Entender a definição de economia criativa original e de que forma o conceito foi trazido e adaptado para a realidade brasileira, foi fator determinante para entendermos como se dão as práticas dos nossos espaços/sujeitos de análise SyS e CCA (atualmente Piuss Bar).

Por fim, o terceiro e último capítulo detalha as observações e análises que fizemos em contato com os produtores SyS e CCA (atualmente Piuss Bar) em suas atividades, práticas e eventos. Entender como suas posições e invocações identitárias

contribuem e interferem no exercício de suas atividades econômicas, a partir da criatividade. Analisamos, neste capítulo, como estes sujeitos de cultura conseguem, através de suas identidades utilizadas como recurso e a partir de redes de comunicação urbana elaboradas, produzir material econômico e financeiro, mas também político e simbólico.

2 CAPÍTULO 1 - BIXIGA: UM AGENTE COMPLEXO E TERRITÓRIO ESSENCIAL PARA PENSARMOS O EXERCÍCIO DA COMUNICAÇÃO URBANA

1–

O presente capítulo propõe uma imersão na complexa e multifacetada história do Bixiga, um território complexo na região central de São Paulo. Longe de ser apenas um reduto italiano, como foi conhecido por muitos anos no senso comum, o Bixiga se configura como um território vivo, tecido por camadas de narrativas e memórias, fluxos de pessoas e intensas trocas interculturais. Para compreendermos a sua singularidade, exploramos fragmentos da história de sua formação, desde suas origens até a sua consolidação como um importante polo de sociabilidades e efervescência cultural na metrópole paulistana.

Lançamos um olhar atento para as noções de comunicação urbana, sob a perspectiva de suas noções, a fim de examinar como os fluxos, as redes e os nós de interação e informações se dão entre os múltiplos agentes/sujeitos/atores urbanos no trabalho de forjar os espaços e as relações sociais.

Entendemos que a cidade, e seus territórios em particular, não são apenas espaços físicos, mas também complexos sistemas de comunicação (Rizo Garcia, 2013; Reguillo, 2021). As interações e conflitos sociais, as manifestações artísticas, a arquitetura e até mesmo as ausências e silêncios comunicam significados profundos sobre a identidade e a dinâmica de um lugar, de um território. Analisamos como essas diversas formas de comunicação se manifestaram e se transformaram no Bixiga ao

longo do tempo, talhando a sua atmosfera peculiar e as relações e interações entre seus sujeitos.

Para além do aprofundamento sobre a comunicação urbana em um território tão diverso quanto o Bixiga, trazemos neste capítulo um elemento, muitas vezes, negligenciado em sua história, que é o Quilombo Saracura. Compartilhamos a importância deste quilombo, um refúgio de resistência e liberdade para pessoas pretas escravizadas e seus descendentes, que floresceu na região antes da conformação do bairro como o conhecemos hoje. Compreender a história do Quilombo da Saracura é fundamental para resgatar uma parte essencial da memória do território, reconhecendo a contribuição e a luta da população negra na construção da identidade paulistana e do próprio Bixiga.

Além disto, ao nos valermos das noções de comunicação urbana como um operador conceitual e analítico, assumimos que estamos diante de um território repleto de mensagens, signos que disputam e que moldam a vida cotidiana. Trazer elementos que materializam como se dão estas disputas e mensagens é necessário para esclarecer este entendimento. Para além da importância do coletivo Mobiliza Saracura Vai-Vai e de sua causa, também merecem destaque o processo de sua criação e a maneira com que ele foi orquestrando, disputando e dialogando entre e com o território e os seus interlocutores. Isso porque entendemos esta dinâmica como um elemento, um exemplo das formas de comunicação urbana.

Ao articular a história do território do Bixiga, as nuances da comunicação urbana e a memória do Quilombo da Saracura, articulado à atuação do coletivo já referido, este capítulo busca oferecer uma análise integrada que revele as complexas camadas que compõem a identidade deste território singular de interesse de tantos pesquisadores e demais áreas de conhecimento. Através desta abordagem, pretendemos não apenas revisitar fragmentos das histórias que compuseram este território, mas também lançar luz sobre o presente e as possíveis ressonâncias dessas histórias na configuração urbana e social contemporânea do Bixiga.

2.1 Bixiga – que território é este?

Conhecido no senso comum como o bairro mais italiano de São Paulo, o território do Bixiga possui um histórico de ocupação e constituição que favorece e

contribui para uma complexidade dos estudos, trabalhos e pesquisas sobre usos, convivências e interações do viver urbano, sob a ótica da comunicação e de outras áreas do conhecimento.

No processo de formação do Bixiga, é recorrente nos relatos que remontam ao final do século XIX a presença de diversas narrativas sobre sua origem. A busca por novas habitações, impulsionada pela crescente expansão urbana, não se restringe à cidade de São Paulo, refletindo um contexto mais amplo de transformação urbana. Em sua pesquisa que conta como se deu a formação do Bixiga, Schneck (2010), explica que as antigas chácaras, que hoje compõem a região central da cidade, foram adquiridas de seus proprietários originais a preços muito baixos. Já naquela época, a autora explica que havia um jogo de especulação imobiliária, dado que estas chácaras foram loteadas e fragmentadas, sendo então comercializadas a quem tivesse interesse em construir para posterior locação. Schneck (2010) retrata uma população mais carente, mas não comenta ser ali, naquela região, a origem de um Quilombo, como veremos mais adiante em relatos de outros autores que contam sobre a formação do bairro:

Até o início da expansão urbana, as terras do Bexiga foram supostamente ocupadas por integrantes dos segmentos mais pobres da população que, excluídos da região central, procuraram a periferia da cidade. A partir do momento em que se concretizou a expansão dos limites urbanos, alguns aspectos geográficos condicionaram um novo tipo de ocupação. A topografia irregular e a presença de cursos d'água, como o Anhangabaú e os córregos do Saracura e do Bexiga, em área sujeita a constantes inundações, teriam desvalorizado os terrenos da região, abrindo a possibilidade para investimentos mais baratos, destinados a uma fatia relevante do mercado imobiliário, representados por camadas mais pobres. Áreas mais altas do bairro, por outro lado, foram ocupadas por gente mais ricas. (Schneck, 2010, p.12).

Partindo para outras produções acadêmicas e analisando os relatos dos pesquisadores que fazem parte de um dos Coletivos que reivindicam a memória quilombola no território do Bixiga, temos a oportunidade de visualizar outro ponto de vista complementar sobre a formação deste território. Em um artigo que conta a formação do bairro e comenta uma espécie de apagamento da participação negra neste processo, os pesquisadores dão um contexto diferente à formação do território:

O bairro do Bixiga ocupa um território na cidade de São Paulo que está em constante disputa desde o final do século XIX, quando começam os registros de habitação humana por ali. Local descrito como esconderijo e passagem de negros e negras que se abrigavam nas matas densas, baixadas e ladeiras, no período da escravização para ganharem a liberdade, se embrenhando em direção às cidades litorâneas, sempre teve como referência o rio Saracura. Com as proximidades da abolição da escravatura em 1888, o lugar passou a abrigar o Quilombo do Saracura, o mais antigo (talvez o único), e desprezado espaço de sociabilidade negra da formação social da cidade de São Paulo. Porém, até hoje, a memória oficial tem como marco a imigração italiana, soterrando, assim, memórias indígenas, negras e, até mesmo, da ocupação portuguesa. Os primeiros loteamentos da área semirrural, em meados do século XVI, abrigava sítios e chácaras de propriedade de portugueses como Antônio Pinto, que comprou a Chácara das Jabuticabeiras (antigo Sítio Capão), que foi adquirida por Antônio Bexiga, em 1820, muito lembrado por ter inspirado o nome do bairro, devido as marcas no rosto deixadas pela varíola. A chácara do Bexiga foi a primeira a ser loteada e vendida para italianos que só começaram a chegar por a partir de 1886, vindos majoritariamente da região sul da Itália, como os calabreses devotos de Nossa Senhora Achiropita. (Alexandre; Yamato; Aversa, 2024, p. 53)

As maneiras com que as histórias e os relatos sobre a formação e a expansão territorial do Bixiga são compartilhados são de extrema importância para analisarmos e por si só dão materialidade à riqueza histórica e cultural deste lugar.

Ao longo deste trabalho, por muitas vezes, trouxemos as noções de Haesbaert (2017) sobre o território ser um campo de lutas e disputas; mas é no diálogo com Santos (1999) que temos a materialização de como a compreensão sobre o território do Bixiga e suas múltiplas facetadas e camadas nos apoiam nos estudos sobre comunicação urbana, identidades e o uso da cultura como recurso. Em uma reflexão proposta sobre as implicações das noções sobre territórios, Santos (1999) nos diz que:

O território tem de ser visto como algo que está em processo. E ele é muito importante, ele é o quadro da vida de todos nós, na sua dimensão global, na sua dimensão nacional, nas suas dimensões intermediárias e na sua dimensão local. Por conseguinte, é o território que constitui o traço de união entre o passado e o futuro imediatos. Ele tem de ser visto como um campo de forças, como um lugar do exercício, de dialéticas, de contradições entre o vertical e o horizontal, entre o Estado e o mercado, entre o uso econômico e o uso social dos recursos. Esta última questão, hoje fundamental, refere-se a dissonância entre os usos econômicos e os usos sociais do mesmo recurso ou à possibilidade de produzir recurso. (Santos, 1999, p.24)

Além de contribuições que nos permitem traçarmos um paralelo com as noções sobre comunicação urbana ao falar sobre as múltiplas dimensões do território, que falaremos mais adiante, Santos (1999) também nos instiga e ao mesmo tempo nos conforta sobre como tomarmos a complexidade na conceituação e na maneira de interpretação sobre o território é capaz de prover e ao mesmo tempo intrincar ainda mais as tramas que compõe a tecitura social. Mesmo quando comecei a frequentar o território do Bixiga para as pesquisas que levaram às análises das redes comunicacionais ali existentes (Avelar, 2019), já tinha noção do interesse que muitos pesquisadores, em outras áreas do conhecimento, davam ao emblemático bairro da região central de São Paulo. Ao longo da pesquisa de campo para a construção desta tese, durante as visitas técnicas, observações diretas, entrevistas e passagens pelo território, percebi que este interesse aumentou e talvez, influenciada por informações que até então não tinha tido a oportunidade de acessar, vi que há uma maior intervenção e interesse por uma espécie de interdisciplinaridade nas construções destes diálogos. Além dos exemplos que já comentei sobre as pesquisas do LabCidade – Laboratório Espaço Público e Direito à Cidade (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo), e do Instituto Bixiga, em mais de uma oportunidade pude ter acesso às produções acadêmicas de moradores do bairro, em contribuição ao uso da cultura como recurso (Yúdice, 2013) tão comentada em mais de uma oportunidade.

Em uma reflexão que tem por objetivo repensar o espaço urbano a partir das intersecções raciais do Bixiga, Nascimento (2016) compartilha as suas experiências como moradora, a partir do momento que em sua formação acadêmica, se debruçou a analisar o bairro. Já Neres (2024), em sua dissertação que narra o processo de despossessão do território negro do Bixiga e, que tem por objetivo investigar por qual razão os territórios negros e populares sofrem constantes processos de deslocamento espacial traz a sua visão sob a perspectiva da observação situada, Haraway (1998), comentando como se dão as relações sociais e afetuais com e no território.

Como já dito, as disputas e as lutas pelas memórias e pelas histórias relacionadas às práticas religiosas, sociais, políticas e culturais dos invisibilizados, sempre existiram; mesmo que estas evidências só ficaram mais evidentes nos últimos anos. As visitas e eventos realizados no bairro do Bixiga revelam, por meio dos relatos de moradores articulados com movimentos sociais, uma preocupação constante com

a preservação da memória da população negra. Essa mobilização busca consolidar narrativas que, historicamente, enfrentam obstáculos significativos para sua disseminação, em razão da escassez de registros formais, arquivos documentais e outras evidências que validem e perpetuem tais histórias no espaço público.

Além das questões espaciais e de uma tentativa de branqueamento territorial, explicado por Neres (2024) como um deslocamento gradual ou forçado das comunidades, motivado por pressões econômicas ou decisões urbanas e políticas que visam desalojar populações historicamente marginalizadas, as narrativas hegemônicas sobre a chegada dos imigrantes europeus, adicionou mais um fator importante em nossa análise. Some-se a isso, o fato de estarmos sob uma lógica eurocentrista colonial, na qual há o apagamento e dificuldades em resgatar evidências para se contar o que de fato aconteceu, deslegitima saberes outros, ancestrais, orais etc. O fato de ser lembrado na memória social midiática hegemônica, como o “bairro dos italianos”, se deve a fatores relacionados aos processos hegemônicos étnicos e socioculturais que estabeleceram primazias em torno de raça, classe e origem geográfica, como afirmam Pereira, Souza e Paiva (2024). Fato este que acaba por proporcionar uma espécie de apagamento ou silenciamento das diferenças de grupos subalternizados, que ali se estabeleceram e ainda vivem: negros, imigrantes europeus, indígenas, nordestinos, e demais imigrantes e refugiados na atualidade (Pereira; Bras e Avelar, 2024). Outros pesquisadores do Grupo de Pesquisa URBESOM que já se debruçaram sobre o Bixiga e sob a ótica das ciências da comunicação, trouxeram materialidade às noções e teorias discutidas em grupo, muitas vezes observadas no exercício de vivenciar o/com o território.

Pereira et al. (2020); ressaltou a necessidade de compreendermos esta territorialidade do Bixiga como um palimpsesto, em suas múltiplas dimensões (econômicas, sociais, comunicacionais, culturais e políticas). Estas análises e estudos são mais bem explorados ao longo desta tese.

2.2 Do consumo cultural às disputas pelos usos e espaços da cidade – conflitos do passado e da contemporaneidade: O quilombo da Saracura e o Coletivo Movimento Estação Saracura Vai-Vai

Partindo então da complexidade sobre sua formação, tomamos aqui que,

ocupado primeiramente por povos originários, por negros e por imigrantes europeus na virada do século XIX/XX; mais adiante, a ocupação do Bixiga contou com os migrantes oriundos do nordeste do Brasil nos anos 1960/70 e mais recentemente, por imigrantes e refugiados da África e da Palestina (Pereira *et al*, 2023).

Pereira e Avelar (2020), explicam que desde os anos 1950/60 com os inúmeros teatros e restaurantes italianos constituindo uma vida boêmia ligada aos artistas e jornalistas, e depois, nos anos 1980, com a presença de bares e casas de música que reuniram a cena do rock e da música independente daquela década (Pereira, 2018) - a partir dos anos 1990, o Bixiga passou por uma fase decadente tendo algumas casas noturnas e teatros fechados e passando a ser ponto de encontro para consumo de drogas e prostituição. Porém, nos últimos anos o Bixiga vem sendo protagonista de um fenômeno bastante interessante sob o ponto de vista social, cultural e comunicacional. Fenômeno este que consiste, entre outras coisas, em uma espécie de mutação, que busca atrair outros atores/agentes, mudando, de maneira singular, a produção e o consumo de cultura da região, seja nos bares, cantinas e teatros já existentes; ou em novos espaços que vem apoiando esta nova dinâmica de produção e consumo cultural no local (Pereira; Avelar, 2020).

Em uma pesquisa que analisou, entre outras coisas, a complexidade nas relações e interações entre os agentes, o território do Bixiga e a comunicação urbana em um centro de cultura de capoeira, Bras (2021) observou a utilização de elementos residuais (Willians, 1979) de uma tradição ancestral de capoeira do Recôncavo Baiano, como mote que invoca e permite o exercer das identidades negras entendidas e praticadas naquele espaço, atuando como protagonistas vivos e atualizados no presente, em articulação com a comunidade do Bixiga e outros agentes culturais.

Paiva (2024) argumentou em sua dissertação de mestrado sobre a necessidade de ter em perspectiva as diferenças e os contrastes quando considerarmos a representação audiovisual hegemônica do território do Bixiga como não apenas italiano, considerando também a produção audiovisual de grupos contemporâneos que demostram o cotidiano e práticas de culturas nordestinas e periféricas, por exemplo.

Em um artigo que conta os conflitos entre o mercado imobiliário e os interesses públicos, Vannuchi (2017) narra a disputa judicial que se desenrola há anos, por conta do terreno de 11 mil metros quadrados, onde hoje está o Teatro Oficina. A

pesquisadora explica que através da estratégia de recorrer aos tombamentos, utilizada por se tratar de um mecanismo que se sobrepõem a legislação e estabelece limites tanto para o bem tombado, quanto para a área no entorno; a força da comunidade pode garantir (ou tentar dado que o imbróglio jurídico ainda ocorre) a preservação de um bairro.

Além do Teatro Oficina¹⁶, Vannuchi (2017) explica que sob as regras do Condephaat¹⁷, órgão estadual responsável por estes empreendimentos, estão contemplados quatro outros tombamentos diferentes no território do Bixiga: a Casa de dona Yayá¹⁸, a Escola de Primeiras Letras¹⁹, o Castelinho da Brigadeiro²⁰, o Teatro Brasileiro de Comédia²¹. Para além das análises e avaliações dos arquitetos e urbanistas sobre as atuações dos órgãos que, em teoria, deveriam proteger os interesses públicos, o artigo é uma interessante reflexão de como a população, a comunidade local, os simpatizantes pelo bairro e as articulações dos coletivos foram capazes de interferir no projeto pela construção do Parque do Bixiga, que ainda não ocorreu, mas aparenta avanços, segundo notícias veiculadas no site da Prefeitura de São Paulo, em outubro de 2024.²²

¹⁶ Teatro Oficina: A Companhia Teatro Oficina nasce em 1958 fundada por José Celso Martinez Correa. Arquetado pela ítalo-brasileira Lina Bo Bardi, está localizado na Rua Jaceguai, n. 50, Bela Vista. Disponível em: <https://teatrooficina.com/>. Último acesso em x de maio de 2025.

¹⁷ CONDEPHAAT: Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico – Condephaat; órgão estadual responsável pela proteção, valorização e divulgação do patrimônio cultural de São Paulo. Disponível em: <http://condephaat.sp.gov.br/#:~:text=Condephaat%20%E2%80%93%20Conselho%20de%20Defesa%20do,%20Estado%20de%20S%C3%A3o%20Paulo>. Último acesso em: 20 de abril de 2025.

¹⁸ Casa de Dona Yayá: Dona Yayá é como era conhecida a proprietária Sebastiana de Melo Freire, reclusa por quarenta anos em sua casa que foi adaptada para funcionar como um sanatório particular. Sede do Centro de Preservação Cultural (CPC) da Universidade de São Paulo, USP, a casa promove atividades de extensão universitária e cultural. Disponível em: [_](#). Último acesso em x de maio de 2025.

¹⁹ Edifício construído pelo governo imperial em 1877 para sediar a Escola de Primeiras Letras. Construído em alvenaria e tijolos, está localizado na Rua Aguiar de Barros, n. 160 no bairro da Bela Vista. Disponível em: <http://condephaat.sp.gov.br/benstombados/escola-de-primeiras-letras/>. Último acesso em 1 de maio de 2025.

²⁰ Castelinho da Brigadeiro: Segundo o CONDEPHAAT, trata-se de uma construção do ano de 1911, projetada no estilo *art nouveau*, pelo italiano Giuseppe Sachetti. Localizada na Av. Brigadeiro Luís Antônio, 826, Bela Vista. Disponível em: <http://condephaat.sp.gov.br/benstombados/castelinho-da-brigadeiro/>. Último acesso em: 1 de maio de 2025.

²¹ Teatro Brasileiro de Comédia: TBC - A Companhia Paulistana foi fundada em 1948, pelo então empresário Franco Zampari, com o objetivo de formar um conjunto teatral de alto nível e com repertório sofisticado. Localizado na Rua Major Diogo, 311 – 315, Bela Vista. Disponível em: <http://condephaat.sp.gov.br/benstombados/teatro-brasileiro-de-comedia/>. Último acesso em: 1 de maio de 2025

²² Disponível em: [https://capital.sp.gov.br/w/prefeitura-sanciona-lei-que-cria-o-parque-do-bixiga-na-regi%C3%A3o-central%20A0%20A0#:~:text=A%20Prefeitura%20de%20S%C3%A3o%20Paulo,Plano%20Direto%20Estrat%C3%A9gico%20\(PDE\)](https://capital.sp.gov.br/w/prefeitura-sanciona-lei-que-cria-o-parque-do-bixiga-na-regi%C3%A3o-central%20A0%20A0#:~:text=A%20Prefeitura%20de%20S%C3%A3o%20Paulo,Plano%20Direto%20Estrat%C3%A9gico%20(PDE)). Último acesso em 5 de maio de 2025.

Seja em discussões específicas sobre a música, gastronomia, economia criativa ou artes, notamos uma pluralidade de assuntos e perspectivas que se dão no Bixiga. Em muitas oportunidades durante as aulas ou nas reuniões do nosso grupo de pesquisa, nos questionamos: será que se ocorressem em outras regiões ou territórios da cidade de São Paulo, teríamos a mesma complexidade, pluralidade, visibilidade dos ativismos, questões identitárias, políticas e sociais que visualizamos no Bixiga? Ou seja, até que ponto esta territorialidade tem um papel preponderante nas urbanidades e sentidos comunicacionais ali encenados? Haesbaert (2017), explica que todo grupo se define essencialmente pelas ligações que se estabelecem no tempo, tecendo seus laços de identidade na história e no espaço, apropriando-se de um território (concreto e/ou simbólico), onde se distribuem os marcos que orientam suas práticas sociais (Haesbaert, 2017, p.93); considerar tais práticas sociais como uma espécie de amálgama no tecido social do Bixiga, é ponto de concordância entre muitos pesquisadores. Porém, este mesmo ponto de concordância nos provoca a refazer esta análise sob a perspectiva das diferenças, da diversidade. É também na continuidade da reflexão proposta por Haesbaert, que temos uma clara explicação sobre o que vemos em nossos trabalhos de campo, em sua definição por território, que vamos considerar ao longo deste trabalho quando nos referirmos ao bairro/região do Bixiga:

Podemos então sintetizar que território é o produto de uma relação desigual de forças, envolvendo o domínio ou controle político-econômico do espaço e sua apropriação simbólica, ora conjugados e mutuamente reforçados, ora desconectados e contraditoriamente articulados. Essa relação varia muito, por exemplo, conforme as classes sociais, os grupos culturais e as escalas geográficas que estivermos analisando. (Haesbaert, 2019, p.121).

Tal relação de força entre o poder e as apropriações dos sujeitos apontadas pelo autor, permite visualizar nas discussões sobre os usos dos espaços públicos como, por exemplo, o processo de “desocupação das ruas” e da própria quadra vivida pela Escola de Samba Vai-Vai nos últimos anos e nas discussões em torno das obras para construção de uma estação de metrô, que abordaremos adiante com mais detalhes. Isso porque compreendemos que, tão importante quanto as análises do ponto de vista do agenciamento do território, são as nuances e perspicácias que as dissidências praticam, estando em conflito, colisão ou não; e em relação ao

protagonismo e visibilidade em seu modo de existência e coexistência sob a perspectiva das dinâmicas comunicacionais.

As disputas, os conflitos e as negociações entre estes agentes, são vistas em diversas camadas e contextos: a Escola de Samba Vai-Vai – tradicional escola de samba da cidade de São Paulo, questionando o poder público; os moradores se posicionando pela permanência da escola; alguns moradores que se queixam das questões relacionadas ao barulho e até mesmo da produção de lixo que uma grande quantidade de pessoas utilizando a rua como quadra pode produzir. Enfim, uma série de particularidades, argumentos, debates e pertinências que requerem uma análise mais detida, dado que há uma série de variáveis e perspectivas possíveis, pensando na individualidade e subjetividade dos sujeitos/agentes. Quando nossa análise se expande para outras relações e diálogos como as questões identitárias, as lógicas e práticas decoloniais de um tipo de geração de renda e valores simbólicos ou materiais, por exemplo, concluímos que além de interessante e singular, o Bixiga é um celeiro repleto de oportunidades e, como argumentam Herschmann e Fernandes (2014) quando a gente perceber o que está acontecendo, talvez o fenômeno já tenha passado ou se modificado, como um verdadeiro processo de seguir os “vagalumes”.

Em mais de uma oportunidade, achamos relatos e pistas que nos dão uma ideia de que as práticas comerciais e sociais do território são de longa data exercidas no Bixiga; práticas estas, na maioria, voltadas à produção de entretenimento e cultura. Schneck (2010), em seu trabalho que contribuiu para o entendimento da formação histórica no bairro, apontou documentos que relatavam pedidos de alvarás e licenças de funcionamento de muitos estabelecimentos, quem eram os usuários, os principais usos e atividades produtivas em meados de 1900:

Através das solicitações de licenças para qualquer tipo de atividade, percebemos os esforços empreendidos pelos atores sociais que ali viveram para ganhar o “pão de cada dia”, e garantir, senão um futuro melhor, ao menos a sua sobrevivência diária. Por outro lado, a leitura dos textos – onde os solicitantes por vezes excessivamente frios e distantes, expõem frequentemente os embates entre ações privadas e ações do poder público. (Schneck, 2010, p.226)

Em um artigo relatando suas memórias do Bixiga, Frúgoli Jr (2023), comenta o exercício de caminhar e observar pelo território, em uma atividade ligada à Jornada

do Patrimônio – (Departamento do Patrimônio Histórico de São Paulo)²³; evento que visa promover roteiros culturais com visitas aos territórios e imóveis históricos pela cidade. Com um texto onde compara sua experiência de um Bixiga de trinta anos antes, com o território de 2023, o pesquisador compartilha argumentos interessantes em sua narrativa:

Caminhava pela rua Martinho Prado, que passava sobre a avenida Nove de Julho, o que de certa forma demarcava adentrar simbolicamente numa outra área, que eu identificava, então, como o bairro do Bexiga, talvez por conta do Café do Bexiga, bastante conhecido na época, e situado mais à frente desse itinerário, embora também pudesse ser identificado como Bela Vista...Logo antes do viaduto, avistava à direita o Ferro's Bar, criado em 1961 identificado então como ponto de encontro das lésbicas... importante constar que embora tais espaços já abordados guardassem relações com pautas de esquerda da época, havia também algo transversal, ligado a contestações com perspectivas mais existenciais, ao uso de drogas ou a estilos de vida identificados com a contracultura hippie... Um pouco mais adiante, surgiam vários bares principalmente a partir da rua Treze de Maio, que saía à esquerda da rua Santo Antônio. Mas antes disso eu parava num boteco sem nome, conhecido entre habituês como um “sujinho”, ou “pé sujo” local, situado na esquina da Santo Antônio com a Luiz Porrio... Dali, a depender do que acontecesse — o que pode ser chamado, academicamente, de organização do acaso — eu podia seguir para o Café do Bexiga, que, por assim dizer, se tratava do principal bar local, em torno do qual outros gravitavam. Isso abarcava o Café Soçaite, na esquina das ruas Treze de Maio e Santo Antônio, com apresentações de chorinho. (Frúgoli Jr., 2023, p. 246).

Mais uma vez o diálogo com Haesbaert (2017) nos clarifica a compreensão e nos traz materialidade sobre o que o autor nos explica por controle político-econômico do espaço e sua apropriação simbólica; para longe de romantizar e consciente das disputas e dos conflitos existentes, fica evidente como os grupos culturais do território do Bixiga compactuavam e agiam, ora reforçados e alinhados, ora contraditoriamente articulados quando pensamos nas existências e usos dos territórios.

Fazendo o uso da metodologia de inspiração etnográfica/cartográfica, o acompanhamento dos agentes/sujeitos de pesquisa presencialmente e nas plataformas digitais, eram primordiais para estarmos atentos às nuances e camadas

²³ Disponível em: <https://todospelocentro.prefeitura.sp.gov.br/noticias/jornada-do-patrimonio-2023-acontece-neste-fim-de-semana-dias-19-e-20-no-centro-de-sao-paulo>. Último acesso em 5 de maio de 2025.

que derivariam na melhor compreensão das noções sobre comunicação urbana que são discutidas mais a frente; mas também para estarmos atentos à atuação do território como protagonista e como agente. Diante disto, além das visitas e das análises dos perfis correlacionados ao território, à Rede Social Bela Vista (Avelar, 2019), e outros tantos sujeitos que possuem uma forte conexão em rede com o Bixiga, as movimentações de um coletivo específico nos chamaram a atenção por estarem inseridas em muitas discussões sobre os temas do bairro, mas também por estar em uma espécie de evidência, tendo em vista que as atividades do coletivo eram acompanhadas por muitas pessoas que possuem algum interesse, ou algum ponto de conexão com o Bixiga, o que já era do meu conhecimento desde a trajetória do mestrado em meados de 2017.

Para além de um exercício metodológico, a compreensão e análise do território do Bixiga, seus múltiplos agentes e suas dinâmicas comunicacionais e interculturais nos permite entender seu lugar como agente atuante nos debates sobre o direito à cidade, circuitos de produção, consumo cultural e material entre outras coisas (Pereira; Avelar, 2020). Algumas destas atuações e debates, compõem as narrativas, por exemplo, de como se deu a formação do bairro, como vimos ainda neste capítulo.

Diante disso, tomamos primeiramente a proposta de Latour, (2012) sobre como as controvérsias agem, se interseccionam e instigam o processo de produção do espaço urbano, de como nos conflitos, acordos, vivências entre os agentes/atores humanos e não humanos, desdobram-se socializações, contestações, discordâncias e existências ao longo e durante o processo de produção deste espaço, deste território.

Iniciado em abril de 2015, o projeto da Linha 06 Laranja, faz parte de um programa lançado pelo Governo do Estado de São Paulo e reúne projetos de passageiros de transporte de cargas e passageiros transportados por rodovias. Entre trens intercidades, veículos leves sobre trilhos, trens urbanos e metrô; ao todo, o projeto contemplará mais de 40 iniciativas e espera alcançar 1 mil quilômetros em extensão de trilhos. Com 15 quilômetros de extensão, a Linha 06 Laranja de Metrô, de São Paulo, ligará o bairro da Brasilândia, zona norte; à estação de Metrô São Joaquim, zona sul. Uma das projeções efetuadas pelo Consórcio que administra a obra, prevê que a linha deverá transportar cerca de 630 mil passageiros por dia e

promete reduzir o tempo de deslocamento que hoje é feito de ônibus, de uma hora e meia, para vinte e três minutos.²⁴

Projetada inicialmente para se chamar “Estação 14 Bis”²⁵, devido à praça com o mesmo nome, na região da Avenida Nove de Julho, em meados de 2021, as discussões em torno da construção da futura estação já haviam levantado polêmica, por ter obrigado a Escola de Samba Vai-Vai²⁶ - tradicional escola paulista, criada em 1930 e um dos símbolos do Bixiga, a mudar de endereço.

Após um acordo efetuado entre a escola de samba e as empresas contratadas pelo governo do estado para a construção da linha 06 Laranja do Metrô; o Vai-Vai deixou oficialmente a sede, que ocupou por mais de cinquenta anos, uma movimentação simbólica para os moradores e frequentadores da escola, uma vez que os ensaios acabam acontecendo nas ruas do território.

No meio das escavações para a construção da estação do metrô, foram encontrados vestígios arqueológicos do antigo quilombo existente no território, o Quilombo da Saracura, o que atesta materialmente a ocupação da região por negros desde o século XIX e mesmo antes da chegada dos italianos. Historiadores já há tempos relatam a existência do quilombo por meio de fontes históricas como relatos, depoimentos e imprensa da época. Mas, no momento da descoberta dos achados arqueológicos, isso se tornaria evidente e incontornável.

Desde o início de sua atuação, o Coletivo Mobiliza Saracura Vai-Vai sempre se posicionou favorável a linha 06 -Laranja e em seus posicionamentos e atividades, costuma explicar que não é contra a construção da estação, desde que isso não signifique um processo de violência e apagamento da história do Quilombo Saracura e uma expulsão – por dinâmicas de gentrificação – dos moradores do bairro.

Deixando claro que o Coletivo reforçava a importância e a contribuição que a chegada do Metrô traria para o Bixiga, o Movimento Saracura Vai-Vai também trouxe

²⁴ Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/ultimas-noticias/obra-da-linha-6-laranja-de-metro-avanca-com-encontro-de-tuneis-na-regiao-da-brasilandia/>. Último acesso em: 25/10/2024.

²⁵ A Praça 14 BIS é uma homenagem ao nome do primeiro avião criado por Santos Dumont e anos atrás contava com uma decoração voltada para aviação e com um Caça da Força Aérea Brasileira; Localizada no corredor da Avenida 9 de Julho, cercada por uma rotatória de onde saem as ruas Barata Ribeiro, Rocha, Cardeal Leme e Manoel Dutra, a Praça se encontra interdita em decorrência das obras em andamento para a passagem do Metrô. Disponível em: <https://www.portaldobixiga.com.br/ruas-e-avenidas/praca-14-bis/>. Último acesso: 5 de maio de 2025.

²⁶ Grêmio Recreativo Cultural e Social Escola de Samba Vai-Vai; fundada em 1930, em seu perfil explica que deve sempre ser tratado no masculino “O Vai-Vai”, em referência ao grêmio recreativo, uma evolução do Cordão. Disponível em: <https://vaivai.com.br/nossa-historia>. Último acesso em: 5 de maio de 2025.

às discussões a importância sobre o processo de gentrificação que o território atravessa e a complexidade e necessidades desta discussão. Rolnik (1989) explica que a gentrificação designa um processo de enobrecimento de um determinado território da cidade, marcado pela valorização imobiliária, atraindo a população usuária e residente de maior renda e expulsando a população e atividades de baixa renda (Rolnik, 1989). Nas visitas, eventos e em contato com os integrantes do coletivo em suas atividades, tive a oportunidade de presenciar em mais de uma discussão, a atuação onde, de forma clara e didática, explicavam aos participantes e aos moradores que a prosperidade com a chegada do Metrô poderia aportar a uma cidade ou a um determinado território – contribuindo com mais segurança, mais mobilidade, e possibilidade de desenvolvimento econômico e social; seria de extrema importância se fosse feita respeitando os que ali já estavam e o que ali já existia. Essa suposta “prosperidade” deveria acontecer para os pretos e pobres que ali estão e estiveram ao longo das últimas décadas, no processo de constituição do Bixiga; e não com a destruição da memória do quilombo, expulsando quem ali sempre esteve.

Em sua obra “O Direito à Cidade”, Harvey (2012) nos explica que a expansão ocorrida no processo de transformação urbana trouxe incríveis transformações no estilo de vida, fazendo com que a qualidade de vida urbana, passasse a ser uma mercadoria assim como a própria cidade. Não podemos afirmar que esta opinião é uma única possibilidade para pensarmos o Bixiga, mas é inevitável que considerando todas as suas características e particularidades - reduto boêmio, cenário de uma rica gastronomia, com várias opções e alternativas para o consumo da música e das artes de um modo geral, além da proximidade com o centro de São Paulo e a avenida Paulista - a chegada de uma estação de Metrô contribui, sim, com esta qualidade de vida. Portanto, já se mostra importante pensarmos que se esta qualidade de vida passa a ser uma mercadoria, essa oferta então supostamente seria oferecida a quem possa pagar mais, afirmação que o Coletivo explica dado a tentativa de expulsão dos moradores ali do Bixiga e que faz parte da lógica de gentrificação vivida não só ali, mas em muitas outras regiões e cidades de São Paulo e do mundo.

Conforme o Coletivo se estrutura e vai consolidando suas reivindicações ao passo que sua luta ganha visibilidade, novos integrantes e novas pautas são integradas à sua campanha. No início, seus argumentos eram pelo não apagamento da memória, solicitando a construção de um memorial e a alteração do nome da

estação – de Estação Praça 14 Bis, para Estação Saracura Vai-Vai. Na sequência, atividades foram sendo incorporadas e mais bem estruturadas, passando a compartilhar noções e conceitos que além da disseminação do conhecimento que fundamentam suas reivindicações, também materializam o argumento da cultura como recurso e diferencial. Na construção desta pesquisa e durante o trabalho de campo, pudemos acompanhar estas alterações. Isso dialoga com Milton Santos (1999), quem nos ensina que o território sempre deve ser visto como algo em processo, como um campo de forças em disputa em suas múltiplas dimensões. Todas as vezes que vamos ao Bixiga, percebemos algo não necessariamente novo, mas sempre alguma coisa que não havíamos percebido antes.

Como dissemos, o coletivo surge em meados de 2022, em meio às escavações nas quais foram encontrados vestígios do sítio arqueológico do Quilombo Saracura. Desde que os achados foram encontrados, a comunidade local, os movimentos negros e simpatizantes pela causa do povo preto, se organizaram e estruturam suas reivindicações, constituindo o que foi chamado de “Mobilização Estação Saracura Vai-Vai”. As reivindicações assim podem ser elencadas: a) a preservação do sítio arqueológico em seu local; b) a suspensão das obras do Metrô até a formalização de um projeto de preservação dos achados históricos, evitando sua destruição; e de, um projeto de educação comunitária que de conhecimento à população sobre toda a riqueza cultural que ressalta desse achado; c) a construção de um memorial permanente na futura estação que deverá ser batizada de “Saracura/Vai Vai”, como medida de reparação histórica; d) Que a curadoria e guarda dos vestígios arqueológicos fiquem sob responsabilidade de instituição especializada em história e patrimônio negro e luta antirracista como, por exemplo, o Museu Afro Brasil (Avelar, Bras, Chiovatto, Paiva e Pereira, 2023).

Conforme a obra do Metrô avançava, novos elementos nos fizeram acompanhar os desdobramentos em torno desta discussão e de todas as nuances do que Certeau (2014) nomeia como táticas. A maneira como elas podem atuar como atos de resistência, um jogo de procura pelas brechas que foram permitindo que a passagem do metrô – sobre a quadra de uma das escolas de samba mais tradicionais de São Paulo, quiçá do Brasil - fosse trazendo novos elementos a serem considerados na discussão e na produção do conhecimento em muitas outras áreas, para além da comunicação.

Cortizo (2020) nos explica que sob a teoria de Certeau (2014), podemos perceber que alguns sujeitos comuns conseguem colocar em prática uma tentativa de organização do espaço e da sociedade, escapando de uma lógica hegemônica de consumo. Atualmente, o coletivo atua com o que Certeau (2014) chamaria de arte de fazer, com sutis astúcias e táticas de resistência, permitindo uma certa reapropriação do espaço e a abertura de fissuras possíveis, dentro de lógicas estabelecidas. Isso se mostra em seus argumentos ao evidenciar que a cultura é poderosa e tem valor, mais especificamente o detalhamento de qual cultura: a cultura do povo preto, invisibilizado e que aos longos dos anos sempre esteve a “margem”.

Com uma atuação bastante ativa, seja nas plataformas digitais ou nos eventos e atividades no território; palestras, rodas de conversas, festas de ruas, podcast; ou seja, uma vasta quantidade de ações comunicacionais e educativas, compartilhando, orientando e disseminando o trabalho e sua causa, o Coletivo segue atuante ao longo da construção da estação de metrô. Com o mote de defender suas causas e interesses, usa uma abordagem didática e traz em seus discursos, um convite à conscientização e ao diálogo sobre a importância de sua pauta, mas sobretudo, de um direito à cidade para os que ali, segundo eles, sempre estiveram.

Neres (2024) explica que o povo preto no Bixiga se reinventa diante de um espaço que limitou sua liberdade, analisando suas ações nos campos religioso, político e cultural, bem como nos espaços de sociabilidade, ideias, discursos, formas de diálogos e atividades desenvolvidas (Neres, 2024). No diálogo com a pesquisa efetuada por Neres, intitulada como “Corpos em Diáspora”, vemos que sua contribuição analítica reflete uma jornada que remonta às suas próprias origens, dado que ele é filho de uma comunidade quilombola no Recôncavo Baiano por parte de pai, de ascendência indígena por parte de mãe, com raízes familiares que segundo ele, os motivaram de forma intensa a compreender a complexidade mais profunda e contextualizada do território em questão, o Bixiga. Quão simbólica e relevante se mostra tal experiência, uma vez que, atualmente, temos pesquisadores que de “dentro” da academia e da pesquisa, conseguem dar materialidade e contribuir para as discussões entorno das causas raciais, políticas e étnicas do Bixiga, utilizando entre tantos, mas principalmente sendo exemplo, do argumento da cultura como recurso (Yúdice, 2003), atuando de forma astuta e trazendo um diálogo com o que Certeau que nos explica:

Chamo de estratégia o cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado. A estratégia postula um lugar suscetível de ser circunscrito como algo próprio e ser a base de onde se podem gerir as relações com uma exterioridade de alvos ou ameaças. [...] Chamo de tática a ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio. Então nenhuma delimitação de fora lhe fornece a condição de autonomia. A tática não tem por lugar senão o do outro. É por isso que se deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha [...]. Ela opera golpe por golpe, lance por lance. Aproveita as ocasiões e delas depende, sem base para estocar benefícios, aumentar a propriedade e prever saídas. [...] Em suma, a tática é a arte do fraco. (Certeau, 2014, p.93-95).

O coletivo faz questão de reforçar que no que tange aos registros documentais e históricos tradicionais e hegemônicos, sempre houve uma dificuldade nas pesquisas relacionadas às referências aos territórios negros. Aqui especificamente falando sobre a constituição do Bixiga, dialogamos com Rolnik (1989) que nos explica que não havia menções à existência de guetos; e que nas análises dos bairros, dos territórios onde havia um confinamento de certas minorias, por imposições econômicas e/ou raciais, o fato de não haver as menções sobre a inexistência dos guetos, trazia a falsa impressão de que não existia qualquer tipo de segregação racial (Rolnik, 1989). Uma estratégia de não dizer que existia, mas ao mesmo tempo não negar – promovendo uma espécie de invisibilidade ao longo dos anos.

Em um diálogo com Rolnik (1997) e Braga e Ferreira (2010), vamos nos valer do conceito e da definição de quilombos urbanos para nos referirmos aos quilombos como espaços que emergem nas cidades, desempenhando papel estratégico em pontos de passagem, como um refúgio, em direção aos quilombos rurais. A constituição do Bixiga foi assim definida, porém vale ressaltar que, para este território, a chegada dos imigrantes italianos se deu após a constituição do quilombo; e no senso comum e no imaginário urbano (Silva, 2011), o território do Bixiga ainda é conhecido como o bairro “mais italiano de São Paulo”, como mencionado no início deste capítulo.

Rolnik (1989) explica que nas cidades brasileira, em meados do século XIX, o negro era escravo, liberto ou quilombola. As senzalas eram espaços desenhados para o confinamento dos escravos e representava a brutalidade e submissão dos senhores;

porém, através destas construções, a autora nos conta que se desenvolveu um:

Devir negro, [a] afirmação da vontade de solidariedade e autopreservação que fundamentava a existência de uma comunidade africana em terras brasileiras. O confinamento na terra de exílio foi capaz de transformar um grupo – cujo laço era a ancestralidade africana – em comunidade. (Rolnik, 1989, p.2).

Além da senzala e das ruas, após a fuga e a libertação, os quilombos passaram a ser o espaço de estar/conviver das pessoas que foram escravizadas, buscando tecer uma rede de socialização e sobrevivência (Rolnik, 1989). Para Moura (1981) o quilombo viria a aparecer como unidade de resistência e de protesto, uma reelaboração dos valores sociais e culturais como escravo. Para Nascimento (1980), os quilombos resultaram de uma exigência do resgate de suas liberdades e dignidades, na busca de organização de uma sociedade livre. Interessante pensar que ao mesmo tempo que o sofrimento e o confinamento favoreceram a criação dos laços pautados na ancestralidade africana (Rolnik, 1989), as características de combatentes e militantes pela liberdade, dignidade e pela organização de uma sociedade livre se mantêm em suas ações mais principalmente em seus argumentos para as causas e para visibilidade das atividades do Coletivo Estação Saracura Vai-Vai. Longe de romantizarmos o assunto como se tantas outras camadas e questões não estivessem relacionadas ao tema – a interseccionalidade das questões de gênero, classe social, orientação sexual, faixa etária – propomos aqui abordar apenas a tática de propagar suas causas: um viver em comunidade, de forma livre e digna. O que Neres, (2024) afirma ser radical à compreensão do quilombo como um vasto espaço de transmissão de memória, de produção de conhecimento, parte vital da identidade de experiência negra.

Em uma participação no Congresso de Comunicação INTERCOM 2023, apresentamos, em formato de artigo, a formação do Coletivo e suas discussões iniciais, sob o título “Coletivo Estação Saracura Vai-Vai e redes de comunicação urbana: uma análise das discussões em torno das obras do Metrô na região do Bixiga – São Paulo”²⁷. Ao passo que as discussões e desdobramentos avançavam e

²⁷ Trabalho apresentado no GP – Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023 na PUC

continuávamos no processo de seguir estes atores, no ano seguinte levamos ao INTERCOM 2024, a apresentação do texto “O uso da cultura como recurso em estratégias de resistência do Coletivo Estação Saracura Vai-Vai”²⁸.

O Coletivo criou um manifesto que em seu conteúdo trazia seu conceito de quilombo, e explicava de forma clara e didática, a importância de sua preservação e da permanência de sua existência:

Uma reunião fraterna e livre, de solidariedade, comunhão existencial. Uma forma de resistência e adequação ao meio brasileiro de comunitarismo da tradição africana. É também um quartel general da cultura africana, que assegura a liberdade para cultivar religiosidade, exercer práticas ancestrais, espaço democrático plural para convivência com outras populações, especialmente indígenas. Seja rural ou urbano, é no território que se configuram e preservam a tradição e herança quilombola. E foram embriões de mudança social do Brasil imperial para a República.²⁹

Além de sua conceituação de “Quilombo”, o documento igualmente explicava o que seriam as práticas e valores dos quilombos, chamando atenção sobre o reconhecimento de que as existências são conectadas entre si e com o ambiente, o que nos permite o diálogo com o conceito de Haesbaert (2002) sobre território como um produto de uma relação desigual de forças, envolvendo o domínio ou o controle político do espaço, “bem como de suas apropriações simbólicas, ora conjugado, reforçado e contraditoriamente articulado” (Haesbaert, 2002, p.121) como espaço apropriado, vivido, disputado, simbólico, marcado de memória (lembranças e esquecimentos), sentidos afetuais, etc.

Conforme as discussões em torno da obra do metrô avançam, após a criação do manifesto, em todas as oportunidades de atuação e em suas publicações nas plataformas digitais, o Coletivo passou a fazer uma abordagem ressaltando a importância da participação, do engajamento da comunidade e dos simpatizantes do bairro nas discussões em torno da obra. Eles também passaram a incluir em suas

Minas. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2023/index.html>

Acesso: 28/07/2025.

²⁸ Trabalho apresentado no GP – Comunicação, Técnicas e Culturas Urbanas, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 5 a 6 de setembro de 2024 na UNIVALI. Disponível em: <https://historico.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2024-anais> Acesso: 28/07/2025.

²⁹ Informação constante em documento disponibilizado aos participantes de uma roda de conversas realizada pela Mobilização Estação Saracura Vai-Vai em 19/08/2023.

abordagens e publicações mais visibilidade aos apresentadores/mediadores de suas atividades, incluindo suas formações e áreas de atuação: jornalistas, doutores na área da comunicação, músicos, compositores, instrumentistas, especialistas em planejamento urbano, líderes religiosos de matrizes africanas, educadores e pesquisadores.

Figura 3 - Roda de conversa – palestrantes



Fonte: A autora (2023).

Figura 4 - Roda de conversa com o público



Fonte: A autora (2023)

Pude acompanhar algumas das atividades propostas presencialmente e visualizar que a estratégia de abordagem, além de evidenciar a consolidação de múltiplas áreas de interesse militando por uma causa comum, remete aos aspectos das formações de redes múltiplas nas cidades em seus nós, dinâmicas e associações, bem como traz sinais de uma luta não institucionalizada e mais autônoma por espaços, sendo atravessada por lógicas nas quais o capital financeiro e a luta política também estão em jogo (Avelar; Hage; Chiovatto; Mugnaini, 2024). Essa abordagem também vai ao encontro do que é afirmado por Pereira e Bezerra (2021), que aproximam a noção de comunicação urbana com movimentos por moradia e direito ao centro da capital paulistana, evidenciando ativismos artísticos/urbanos, entre outros. Mais uma vez, também acionamos o conceito de interculturalidade de Canclini (2007), que nos permite interpretar as zonas de contato entre as culturas, como espaços intersticiais onde há confrontos, conflitos e negociação de sentidos.

Em suas chamadas, publicações e nos materiais de divulgação das atividades, o Coletivo explica a importância da luta pela manutenção da população afrodescendente no Bixiga, pois, segundo eles, além de ser a maioria e estarem ali desde a constituição do Bixiga, esta seria a população que pratica modos de vida que

valorizam a riqueza cultural e a diversidade no bairro. Igualmente argumentam que a riqueza econômica, social e religiosa do Bixiga foi construída também por esta população desde a sua origem, uma alegação que dialoga com o que Pereira e Bezerra (2021) apresentam sobre as disputas em jogo nestes espaços.

A imagem abaixo evidencia parte do trabalho de conscientização que o Coletivo faz: sempre explicar que são favoráveis à construção do Metrô, mas totalmente contrários à maneira que a obra está sendo efetuada. O recurso utilizado para esta comunicação é cartazes colados nos tapumes de proteção do entorno do canteiro das obras onde consta “não somos contra o Metrô! Somos contra o apagamento histórico”.

Figura 5 - Cartazes colados no canteiro de obras do metrô



Fonte: A autora (2023)

Nas movimentações do Coletivo Estação Saracura Vai-Vai, também se observa uma aproximação com a ideia de um ativismo urbano mais geral ou amplo, que se mostra ligado aos novos movimentos sociais de ocupação e insurgência urbana (Harvey, 2012; Holston, 2009). Um diálogo constante com Harvey (2012) nos explica que a cidade que queremos não pode estar divorciada dos laços sociais, das

relações com a natureza, do estilo de vida, tecnologias e valores estéticos que desejamos (Harvey, 2012).

Conforme as escavações avançaram, mais do que evidências de um sítio arqueológico, ficou evidente que ali, onde as obras deveriam acontecer, antes se tratava de um lugar de práticas religiosas de matrizes africanas. Em suas atuações o Coletivo detalhou que, quando eles entenderam que além de toda a importância da causa havia também o fato de que o território, estava relacionado a uma questão religiosa, houve uma mudança de estratégia de atuação. Esta mudança demandou que o grupo mostrasse tanto ao poder público quanto ao consórcio que administrava a obra que, o que eles chamavam de material arqueológico seria, na verdade, evidência de que as escavações estariam ocorrendo em um território consagrado religiosamente e que, portanto, os procedimentos lá feitos precisariam de outras abordagens.

Essa estratégia nos permitiu o diálogo com Yúdice (2015) dado que a invocação e o uso da cultura como recurso é o exemplo de uma abordagem pautada em dar importância à geração de valores simbólicos que produzam riqueza cultural (e não só econômica), pauta amplamente discutida e provocada pelo grupo quando reivindica a preservação da memória do Quilombo Saracura. Outro diálogo que nos é caro é a visualização do que Yúdice chamou de *ethos* cultural: exercício de colocar em prática as demandas de resistências que se vinculam com a preservação de sua história, que constituiriam uma dimensão social da cidadania que pode ser estabelecida levando em conta as carências dos grupos subalternizados, seus desejos e seu imaginários.

As discussões em torno da obra estão longe de acabar e, a cada dia, os desdobramentos se apresentam nos embates e nas controvérsias, como evidência do que Haesbaert (2017) nos fala sobre a metrópole ser um espaço de luta, e nele é natural que haja recuo, avanços e constante disputa. A atuação do Coletivo Estação Saracura Vai-Vai tem se mostrado potente e no segundo semestre de 2024, começou a reverberar nas esferas mais altas, quando consideramos a atuação dos poderes hegemônicos. Por exemplo, em reportagens dos jornais de grande audiência, já se falava na possibilidade de que a Estação Saracura Vai-Vai não vá sair do papel. Abaixo, material apresentado na reportagem, onde consta o percentual da evolução de todas as estações que compõem a Linha 6 – Laranja:

Figura 6 - Quadro com o cronograma de evolução das obras



Fonte: Reportagem exibida pelo Portal de Notícias G1 em 19/07/2024.³⁰

Estar em constante contato com o território, além de necessário para o desenvolvimento da tese, para o exercício prático da construção da pesquisa sob a inspiração cartográfica/etnográfica; mas para além disto, foi um papel de responsabilidade como uma pesquisadora e como cidadã. Por mais que esteja retratando as atividades e os posicionamentos do Coletivo, de maneira mais objetiva possível, é inevitável não comentar a maneira respeitosa com que por muitas vezes fui tratada nas atividades que participei, e a forma acolhedora com que muitos membros do Coletivo abordavam as pessoas e convidavam para acompanhá-los, para segui-los e minimamente, enviar bons “pensamentos” sobre suas disputas e seus embates. Independente de quando e como se dará a conclusão da estação de Metrô, reforço que mesmo não sendo um dos sujeitos detalhadamente analisados nesta tese, o Coletivo me permitiu acessar muitos elementos entre tantos, das práticas de comunicação urbana que comento mais adiante e que é um dos elementos mais importantes quando pensarmos na potência que é este território do Bixiga.

Na aplicação da metodologia, pude estar no Bixiga em muitas oportunidades: durante o dia, nas noites de eventos e festas nos espaços/sujeitos Sol y Sombra e

³⁰ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2024/07/19/estacao-14-bis-saracura-da-futura-linha-6-laranja-do-metro-pode-nao-sair-do-papel-por-atraso-expressivo-nas-obras-diz-governo-de-sp.ghtml>. Último acesso em: 25/10/2024.

CCA (atualmente Piuss Bar); e, por mais de uma vez, tive oportunidade de encontrar alguém ou algo relacionado ao Movimento Estação Saracura Vai-Vai.

Em um evento promovido pela Ocupação Nove de Julho³¹, importante símbolo da luta pela moradia (que não está localizado especificamente no Bixiga, mas, próximo, ainda na região central de São Paulo), pudemos acompanhar a atuação do Movimento Estação Saracura Vai-Vai, entregando à atual Ministra da Cultura, Margareth Menezes seu projeto de proteção patrimonial³². Mesmo que não ligados diretamente com a gestão dos espaços de cultura SyS e CCA (atualmente Piuss Bar), por muitas vezes tive a oportunidade de encontrar participantes, simpatizantes e frequentadores destes espaços, em eventos ou atividades promovidas pelo Movimento.

Não há uma conexão direta ou explícita entre os sujeitos/agentes escolhidos como corpus principal de análises desta tese, seus estabelecimentos, e as atividades ou eventos externos, fora do território. Porém, quando acompanhamos as redes de comunicação materiais e digitais estabelecidas e nem sempre visíveis, encontramos conexões e alianças afetuais, culturais e políticas.

Em outra oportunidade, estivemos na Ocupação Nove de Julho, para um evento promovido por sua Cozinha³³, famosa por oferecer refeições que são produzidas, na maioria das vezes, por alimentos de sua própria horta coletiva, ali cultivada. Neste evento, em específico, a Cozinha convidou os responsáveis pela produção de alimentos típicos, que são comercializados nas atividades do Sol y Sombra. Com uma chamada onde convidava o público a comer um prato típico boliviano³⁴. Publicada em diversos perfis das plataformas digitais, ficou evidente a proximidade entre os agentes. Porém, no dia do evento, foi possível identificar muitos participantes do Movimento Estação Saracura Vai-Vai. Ficou perceptível assim que,

³¹ A ocupação Nove de Julho é o nome dado ao coletivo que hoje ocupa um dos espigões da cidade de São Paulo, um antigo edifício onde no passado, estava instalada a sede do INSS. Vinculados ao MSTC – Movimento sem Teto do Centro; localizado entre a Avenida Nove de Julho e a rua Alvares de Carvalho a Ocupação Nove de promove eventos, feiras de artesanatos, festas e rodas de conversa sobre assuntos relevantes para a cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DLSpgSgup7J/>. Acesso em: 06/05/2025.

³² Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cv2CZ0bObKE/?img_index=%2F1. Acesso em: 06/05/2025.

³³ A Cozinha da Ocupação Nove de Julho é conhecida por promover eventos gastronômicos que muitas vezes, contam com a participação de chefs de cozinha famosos que apoiam à causa do Coletivo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DLLqKagvefH/>. Acesso em: 13/07/2025.

³⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DHPGQjbP0g/>. Acesso em: 13/07/2025.

muito mais do que pela proximidade física entre o Bixiga e a Ocupação Nove de Julho, há um compartilhamento de ideais, propósitos e afetos.

2.3 Comunicação urbana – processo de vários fenômenos, agentes em conjunção e articulação no território

Ao longo da concepção deste trabalho, definimos alguns objetivos específicos que são abordados e detalhados ao longo dos capítulos. Entre eles, compreender as redes (de pessoas, de atividades e ideários); os sentidos e formas de comunicação urbana a partir das conexões e imbricamentos destas redes e, o quanto o território do Bixiga e seus múltiplos agentes incidem, atuam e interferem nestas práticas e existências. Os estudos e as análises das dinâmicas comunicacionais, consequentemente dos conceitos que suportam as noções de comunicação urbana, são uma forma de compreendermos um microcosmo dessa imbricação de sentidos, como uma janela etnográfica entorno da vida humana e dos direitos à cidade, atuando localmente, mas dialogando com as questões fluxos e com as questões globais a todo momento presente (Pereira; Avelar, 2020). Porém, antes de nos aprofundarmos nestas noções e premissas que nos apoiam na compreensão sobre a cidade, importante deixarmos sob perspectiva e evidência em qual conceito de cidade estamos ancorados:

A questão de que tipo de cidade queremos não pode ser divorciada do tipo de laços sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos que desejamos. O direito à cidade está muito longe da liberdade individual de acesso de recursos urbanos: é o direito de mudar a nós mesmos pela mudança da cidade. Além disso é um direito comum antes de individual já que esta transformação depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização. A liberdade de construir e reconstruir a cidade e a nós mesmos é, como procuro argumentar, um dos mais preciosos e negligenciados direitos humanos (Harvey, 2012, p. 74).

Harvey (2012) conta que nos processos de urbanização vividos nos últimos anos, as cidades veem se dividindo em partes separadas com aparentemente formação do que ele chama de “microestados”; de um lado, vizinhanças riquíssimas, do outro, locais poucos privilegiados com moradias compartilhadas. O que o autor nos conta é, em parte, o que vemos em muitas das grandes cidades do mundo; e o que

vemos no Bixiga e em seus arredores: como já dito, em um mesmo território, temos uma proximidade da riqueza e do desenvolvimento – uma referência à proximidade com a Avenida Paulista, uma das referências de centro financeiro de São Paulo; e, de outro lado, as regiões próximas ao viaduto Nove de julho, ainda tidas como degradadas e perigosas, por alguns moradores.

Partindo das noções sobre cidades e consciente de sua complexidade, para dar conta das análises destas cidades, destes territórios, sob a perspectiva de onde queremos chegar e do conceito de qual cidade que ele nos traz, a noção ou perspectiva da comunicação urbana nos apoia nestas análises.

Ao adentrarmos no conceito de comunicação urbana, conjugamos algumas propostas e conceitos que nos apoiam no entendimento e na definição do que de fato estamos falando. Primeiramente, trazemos a proposta de Rossana Reguillo, em entrevista a Pedrosian, Figueiroa e Agudelo (2021). Nas respostas a autora nos explica que o surgimento das noções sobre a cidade e o espaço urbano foi sempre multidisciplinar e transdisciplinar, o que segundo ela, foi muito potente por gerar muitas perspectivas de olhares, desde sociológicas, antropológicas e políticas. Rizo Garcia (2013) também afirma que a compreensão do espaço urbano requer um olhar aberto e sem dúvida interdisciplinar.

Para além de uma definição literal de interdisciplinaridade como uma combinação de conhecimentos ou de múltiplas áreas do saber, o que os autores nos explicam é que a interdisciplinaridade presente nos conceitos da comunicação urbana permite uma compreensão, um entendimento mais abrangente do tema, derivando para discussões e propostas mais colaborativas e mais eficazes.

Além da integração destes conhecimentos, alguns pesquisadores usam a transdisciplinaridade como algo além, como uma busca de novos conhecimentos, como vemos na afirmação de Pedrosian, Figueiroa e Agudelo (2021). Em outra oportunidade os autores nos explicam que refletir sobre as formas de habitação nos espaços urbanos sob a perspectiva da transdisciplinaridade, é colocar a discussão e análise sob a ótica da antropologia, da comunicação, da arquitetura e urbanismo, do feminismo, do direito à cidade, da sociologia, dos estudos de cultura, da história, entre outros espaços de produção de conhecimento.

Ou seja, tendo como base os conceitos mencionados acima, nos é permitido afirmar que ao falarmos, por exemplo, das discussões entre os moradores,

proprietários dos estabelecimentos comerciais e o poder público, no Bixiga, sobre os assuntos pontuais ou do dia a dia, como por exemplo, o lixo nas ruas, precisamos considerar uma complexidade de fenômenos, atores, interesses que precisam ter em foco múltiplos objetivos, narrativas e subjetividades de saberes e poderes.

Dialogamos com Rizo Garcia (2013) que nos propõe olhar a cidade como um exercício de comunicação, nos convidando a elaborar uma perspectiva da cidade como experiência, como uma construção de um sujeito social, portanto, a cidade não é só um lugar ocupado, mas sim um lugar usado, experimentado, praticado.

O tema do lixo nas ruas é apenas uma evidência que nos permite dar clareza à necessidade de considerarmos toda esta complexidade: em algumas visitas e estadias no território, em mais de uma oportunidade presenciamos que a discussão, de fato, traz muitos interesses relacionados: os moradores reclamam que os proprietários dos estabelecimentos comerciais não atuam como deveriam (coleta diferenciada considerando o volume e o tipo de lixo produzido) e sobrecarregam os pontos de coleta, avançando pelas calçadas de forma irregular. Os estabelecimentos comerciais reclamam que alguns moradores usam o acúmulo de lixo nas proximidades onde há atividades noturnas, como forma de protesto e de chamar atenção de maneira negativa ao convívio do bairro em uma espécie de zona mista – área residencial e área comercial. Ambos, estabelecimentos comerciais e moradores reclamam do poder público sob a acusação de que a prefeitura é omissa e de maneira indireta age em prol da degradação da região para no futuro favorecer os processos de gentrificação. Já a prefeitura, quando responde aos questionamentos, alega que atua de maneira regular conforme qualquer outra região da cidade e desconhece qualquer problema ou irregularidade com a coleta.

Observar apenas esse exemplo, a coleta de lixo, nos permite visualizar que há um contexto a ser considerado no dia a dia das pessoas que disputam, que convivem e que socializam no e com o território; o que em certa medida dialoga com Harvey, (2012) quando afirma que o direito à cidade, nada mais é que um outro tipo de direito humano. A proposta de uma pauta articulada entre os múltiplos agentes do Bixiga, inclusive sob a perspectiva de que ele, o território, também atua como um agente, tratando das dificuldades na produção, descarte e armazenamento do lixo, nada mais é do que um exercício de um direito humano, das pessoas comuns, no uso da cidade. Há de se levar em conta que esta articulação não pode ser romantizada, pois sim,

trata-se de uma disputa que precisa ser encarada sob muitas perspectivas, dada as relações de poderes e os interesses na discussão; porém, sob a perspectiva da comunicação urbana, a consideração destas múltiplas variáveis no exercício da cidade é uma forma conceitual e analítica de se analisar, de se compreender os múltiplos funcionamentos da cidade, sob os pontos de vista social, econômico, político e urbanístico (Rizo Garcia, 2013).

Interpretar o Bixiga sob a ótica da comunicação urbana nos permite outra maneira de compreensão dos espaços urbanos, no sentido de se transformarem em lugares sociais híbridos. Nos possibilita também visualizar o que Pereira (2017), chama de mosaico de superposições e entrecruzamentos, onde estes lugares sociais híbridos são originados pelas territorialidades e ao invés de assumirem uma identidade única, assumem um caráter múltiplo, fluido, com fronteiras movediças que se misturam e se penetram (Pereira, 2017). Utilizar a noção de comunicação urbana como uma espécie de lente de análise, nos permite compreender também como as pessoas, se expressam, interagem e se organizam nos espaços urbanos; considerando que as dimensões políticas, sociais e culturais vão interferir na subjetividade destas pessoas e em suas vidas cotidianas.

Saindo de exemplos onde haja uma discussão mais coletiva e partindo para o uso da comunicação urbana para pensarmos também a subjetividade dos sujeitos e até mesmo as questões identitárias, dialogamos com Janice Caiafa (2002) que nos explica que as análises sobre os contextos urbanos nos possibilitam explorarmos e compreendermos interessantes aspectos da comunicação. A autora nos conta que a experiência no contato com estranhos e a forma com que ela se apresenta nas cidades, leva primeiramente a invocação de processos comunicativos em seus aspectos de alteridade, antes que de reconhecimento. Caiafa (2002) nomeia este processo comunicativo como comunicação da diferença e nos explica que neste caso o ato comunicativo não está subordinado às marcas reconhecíveis do código ou às repercussões identitárias dos sujeitos envolvidos.

Com base nas propostas de Caiafa (2002) sobre as experiências no contato com a alteridade nas cidades, buscamos estabelecer conexões que ampliem a compreensão do diálogo com Hall (2003). Mais adiante, no capítulo dedicado aos espaços de cultura analisados neste trabalho, aprofundamos a discussão sobre as questões identitárias.

Por ora, consideramos a identidade como um processo dinâmico e em constante transformação, influenciado por fatores culturais, sociais e históricos. Partimos da concepção de identidade como algo fluido, suscetível a hibridismos, não fixo ou essencial, mas construído ao longo do tempo (Hall, 2003). Dessa forma, o diálogo com as conceituações de Caiafa (2002) nos auxilia na análise da comunicação urbana esboçada e praticada no Bixiga.

Além do exemplo mencionado acima, o uso das noções de comunicação urbana também dá suporte no exercício de seguirmos os atores (Latour, 2012), o que nos permite compreender como se dão as dinâmicas nesta trama imbricada que é o território do Bixiga.

Para além das especificidades territoriais abordadas ao longo deste capítulo — como as ações e os discursos do Coletivo Estação Saracura Vai-Vai, bem como as dinâmicas de uso e consumo cultural no Bixiga — torna-se fundamental apresentar este território em sua constituição, conflitos, consensos e potencialidades. Essa abordagem não apenas confere concretude à análise, considerando que o Bixiga figura como sujeito ativo desta pesquisa, mas também permite evidenciar a intensa rede de relações e interações que nele se desenvolvem. Tais dinâmicas são essenciais para a compreensão das noções de comunicação urbana e dos direitos aos usos e apropriações dos espaços na cidade contemporânea. Em diálogo com Harvey (2012), compreende-se que os processos recentes de urbanização provocaram transformações significativas nos estilos de vida, resultando na mercantilização da qualidade de vida urbana.

Sob esta perspectiva e tendo em vista que apreender e analisar como se dão as articulações, os conflitos e os tensionamentos de suas práticas e seus modos de vida, com a cultura e a comunicação, se fazem de extrema importância para pensarmos a comunicação urbana (Pereira, López Moya, 2018).

Nos aprofundarmos sobre as noções de comunicação urbana é considerarmos que devemos pensar a cidade como um sistema de comunicação, uma perspectiva que leve em conta a noção de comunicação urbana como um operador conceitual e analítico (Rizo Garcia, 2013).

A adoção das noções de comunicação urbana como operador conceitual e analítico para a leitura do território do Bixiga permite aprofundar o diálogo com as proposições de Leitão (2024). A autora destaca a capacidade de articulação territorial

como condição para a promoção do capital social, para o acesso ao capital financeiro e para a geração de renda e riqueza. Tais possibilidades se manifestam por meio da interação entre agentes públicos e privados, evidenciando como as dinâmicas locais podem estruturar redes de colaboração e impulsionar estratégias de desenvolvimento.

Dessa forma, compreender o território do Bixiga por meio da comunicação urbana — entendida aqui como operador conceitual — revela não apenas as expressões simbólicas e culturais presentes na dinâmica cotidiana do bairro, mas também sua relevância como espaço estratégico na constituição de redes comunicacionais. As articulações entre os sujeitos/agentes locais, práticas culturais e disputas por visibilidade consolidam o Bixiga como um território que ultrapassa fronteiras físicas e opera como uma espécie de *élan* ou amálgama ativo na construção de sentidos urbanos. As redes de comunicação, as conexões e as disputas reforçam quão complexa e importante é esta compreensão. As oportunidades de observação e de análise que tivemos ao acompanhar as atuações do Movimento Estação Saracura Vai-Vai, por exemplo, evidenciam quão importante são estas formas de apreensão e usos dos espaços da cidade.

A abordagem aqui proposta demonstra que os estudos da comunicação, ao se aproximarem das dimensões territoriais, ampliam sua capacidade de interpretar os processos sociais, políticos e econômicos que moldam a cidade contemporânea. Assim, o Bixiga não é apenas cenário, mas protagonista dos fluxos comunicacionais que sustentam formas alternativas de viver, ocupar e narrar o espaço urbano.

Tendo o Bixiga sob esta perspectiva e foco, abordaremos no capítulo seguinte as noções de economia criativa que nos apoiam nas análises, para entendermos como se dão as práticas e atuações do SyS e no CCA (atualmente Piuss Bar) ao interagirem com/no território, contribuindo de forma ativa na produção de valor econômico, simbólico, afetual, financeiro e cultural.

3 CAPÍTULO 2 – A ECONOMIA CRIATIVA

Este capítulo tem como objetivo apresentar um panorama das principais noções de economia criativa, originadas no norte global, em meados dos anos 1990. Em um segundo momento, será explorado como essas concepções foram assimiladas, reinterpretadas e aplicadas no Brasil, com foco nos autores e teorias que ganharam destaque no cenário nacional. Essa trajetória busca compreender não apenas a circulação de ideias sobre economia criativa entre diferentes territórios, mas também, de qual economia criativa estamos falando, a qual matriz ou noção nos filiamos quando analisarmos as práticas exercidas pelos espaços/sujeitos Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar).

Há um consenso entre os autores que consideramos na fundamentação teórica deste capítulo, sobre os primeiros usos do termo Economia Criativa terem ocorrido na Austrália em meados de 1994. Em um artigo intitulado “Economia Criativa – uma discussão preliminar”, Paulo Miguez (2007) afirmou que em meados da década de 1990, não no meio acadêmico, mas sim em gabinetes governamentais, as questões que vieram a ser conceituadas sobre o tema, já estavam em fase de sistematizações.

A partir de uma pesquisa bibliográfica que resultou em um artigo com a cronologia das noções acerca do conceito de economia criativa, Watanabe, Borges e Guilherme, (2024) explicam a importância de separar primeiramente as noções sobre Indústrias Culturais, Indústrias Criativas e Economia Criativa. Os pesquisadores explicam que as discussões sobre indústrias culturais remetem às obras de Horkheimer e Adorno (1985), que traziam uma visão crítica ao avanço das técnicas de produção cultural em massa, sua escalabilidade e a uma possível alienação ou conformismo que estas técnicas pudessem trazer. A partir da lógica da produtividade e do lucro, a produção de bens e serviços, também foi impactada desde sua etapa de criação até o consumo (Guilherme, 2018). Diante deste cenário, se referindo à obra de David Hesmondhalgh (2008), Watanabe, Borges e Guilherme (2024) explicam que tais indústrias poderiam ser entendidas por indústrias culturais: as que utilizavam a produção e organização industrial como forma de produzir e disseminar símbolos; as, que pudessem ser caracterizadas pelo distanciamento entre os altos custos de produção e o baixo custo de reprodução: as que tivessem a tendência de produzir

produtos culturais que não se desgastassem com o uso, somando-se o fato de que seu consumo pudesse ser feito por uma ou várias pessoas.

Na cronologia feita por Watanabe, Borges e Guilherme (2024), explica-se que no fim dos anos 1960 outros autores conectaram o conceito de indústria cultural com outras abordagens que articulavam a criação de políticas econômicas para a cultura. Já em meados dos anos 1990, em paralelo a estas políticas econômicas surgem ideias de políticas que fossem voltadas para o turismo e para o comércio em algumas áreas das cidades que pudessem se tornar atrativas para os negócios. Observa-se a ascensão do neoliberalismo³⁵, complementando a definição de David Harvey, utilizada em uma entrevista em 2016, onde ele explicou “que sempre tratou o neoliberalismo como um projeto político feito pela classe capitalista corporativa”³⁶.

Na ascensão do neoliberalismo, havia um envolvimento do campo cultural com as ideias das indústrias criativas com um argumento de criação de uma política local de desenvolvimento que fosse voltada para a criação de empregos, para a contribuição da economia e a revitalização das cidades. É neste momento que Watanabe, Borges e Guilherme, (2024) explicam que há uma aproximação entre o termo indústria cultural e o conceito de criatividade, marcando uma ruptura no uso do termo indústria cultural:

Termo que se mostrava insuficiente nas discussões sobre cidade, política pública e criatividade, e muito distante de seu escopo inicial. Assim, de modo a abarcar um campo que contempla tanto os setores tipicamente da cultura (artes, patrimônio, e indústrias culturais), quanto os setores cuja a criatividade é insumo principal para a produção de bens e serviços com alto valor agregado, como design, jogos digitais, aplicativos para celulares e conteúdos criativos para a internet, o termo indústrias criativas ganha força e evidencia, à medida que se coloca de modo ampliado e conectado não somente com os stores culturais, mas com o restante da economia. (Watanabe, Borges e Guilherme, 2024, p. 78)

³⁵ No artigo, os autores Watanabe, Borges e Guilherme (2024) usam uma definição que David Harvey utilizou para se referir a conceituação do que é o neoliberalismo: Uma definição possível é a de ser uma linha de pensamento a qual propõe que o bem-estar do indivíduo é atingido de maneira mais eficaz quando lhe proporcionamos habilidades e liberdade para empreender dentro de um sistema baseado no direito à propriedade individual, livre mercado e livre comércio (Harvey, 2005).

³⁶ Disponível em: <https://www.esquerda.net/artigo/david-harvey-o-neoliberalismo-e-um-projeto-politico/43872>. Último acesso em 06/2025.

A partir dos anos 1990, a temática da economia criativa passou a ser discutida gradualmente, primeiramente pelos países de origem anglo-saxã. Motivados por conflitos econômicos e políticos que a Austrália atravessava, em decorrência de dificuldades relacionadas à globalização e preocupações com o posicionamento e a inserção da economia australiana no cenário mundial (Reis, 2012), a expressão *Creative Nation*³⁷- Nação Criativa, utilizada pela autoridade política da época – o que segundo Miguez (2023), também tinha a perspectiva da requalificação do papel do Estado no desenvolvimento do país - foi um sinal ou um primeiro indicador de uma busca que convergissem no cumprimento de objetivos culturais, econômicos e sociais. Watanabe, Borges e Guilherme (2024) consideram difícil a determinação precisa de um campo de estudos, mas explicam que a utilização do termo indústria criativa pelo governo australiano, é considerada um marco histórico por ser a primeira política pública que futuramente viria a ser entendida como economia criativa.

Na época, o governo australiano manifestava uma preocupação de que a revolução tecnológica e os impactos e interferências da cultura de massas, pudessem ameaçar a cultura local, colocando em risco suas identidades e as oportunidades futuras que as próximas gerações teriam, relacionadas ao campo intelectual e artístico (Reis, 2012).

Tal receio com o impacto do fenômeno da globalização, sob o ponto de vista econômico também foi observado em outros países em meados da década de 1990; mas, além das preocupações, o governo australiano também enxergava pontos de oportunidades onde a globalização pudesse contribuir de forma positiva com um reposicionamento e fortalecimento da economia do país no cenário mundial.

Inspirados pelo governo australiano que almejava a convergência entre a busca de objetivos culturais, econômicos e sociais em uma espécie de desenho de economia criativa, associado a uma preocupação inicial com a sustentabilidade (Reis 2012), o governo britânico decidiu colocar a criatividade no centro do programa estratégico de seu país e deu relevância à busca por atingir seus objetivos socioeconômicos e consequentemente a competitividade da economia britânica no mundo. A explicação para a ação do governo britânico, segundo Garnham (2001), é sustentada por dois entendimentos: primeiramente, que as indústrias criativas seriam a chave para o crescimento da economia, tanto sob o ponto de vista nacional quanto global; o

³⁷ Tradução livre da autora.

segundo, de que as indústrias criativas seriam a fonte de geração de empregos e ganhos com exportação no futuro.

Em 1997, o governo inglês organiza uma força-tarefa com a participação de representantes de instituições públicas e conselheiros do setor privado que analisou dados de suas contas nacionais e apresentou como resultado, treze setores de maior potencial para a economia do país, nomeados então como indústrias criativas. Reis (2012) explica que no conceito econômico, o uso do termo indústria equivale a um setor econômico não necessariamente manufatureiro, definidos como:

Indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e talentos individuais e que apresentam um potencial para a criação de riqueza e empregos por meios da geração e exploração de propriedade intelectual. (Departamento de Cultura, Mídia e Esportes – DCMS do Reino Unido, 1998).

Para Leitão, (2015) podemos conceituar as indústrias criativas como:

Um conjunto de atividades baseado no conhecimento, que produz bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico. As indústrias criativas constituem os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focado entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de venda e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial. (Leitão, 2015, p. 81).

Em seu artigo que narra os conceitos de economia criativa a partir de uma perspectiva cronológica, Watanabe, Borges e Guilherme (2024) relatam que, para o campo acadêmico, três autores aportaram em meados dos anos 2000 conceituações sobre o tema e que ainda hoje são de extrema importância: Charles Landry (2000), John Howkins (2001) e Richard Florida (2002). Segundo os autores, Landry (2001) contribuiu com as noções sobre cidades criativas; Florida (2002) teve como foco os profissionais que trabalhavam com processos criativos, os quais ele denominou como classe criativa, evidenciando seu potencial para o desenvolvimento. Já Howkins (2001), agregou aos conceitos e à abordagem britânica, uma visão empresarial,

baseada nos conceitos mercadológicos de propriedade intelectual, na qual marcas, patentes e direitos autorais forneciam os princípios para a transformação da criatividade em produto (Madeira, 2014). Esta afirmação fundamenta parte de sua definição de economia criativa, como sendo uma economia em que as pessoas passam grande parte do tempo tendo ideias; não quaisquer umas, mas aquelas que geram produtos comercializáveis (Howkins, 2001). Para este autor, o produto criativo – que segundo ele pode tanto ser um bem ou serviço - de forma resumida, deve atender a duas condições: resultar da criatividade e possuir reconhecido valor econômico.

Watanabe, Borges e Guilherme (2024) explicam que como obras com um evidente tom otimista, Landry, Florida e Howkins, produziram pesquisas e contribuíram para a criação e definição de conceitos que ainda hoje se destacam pelo pioneirismo nas discussões acadêmicas sobre economia criativa, sendo amplamente referenciadas. No entanto, os pesquisadores chamam atenção para a necessidade de um olhar mais crítico para estas produções atualmente, dado as transformações e consequências já percebidas pelo tempo após o lançamento dessas primeiras análises.

Em sua pesquisa, Teixeira e Corrêa (2015) compartilham outra definição de indústria criativa utilizada em um Fórum Internacional na cidade de São Petesburgo, na Rússia, no ano de 2002, como um pouco mais ampla: englobam ações que têm sua base na criatividade individual, habilidades e talentos que têm potencial de riqueza e criação de empregos através de geração e da exploração da propriedade intelectual (Teixeira; Corrêa, 2015).

Retornamos ao relato da aplicação e conceituação efetuada pelos britânicos que a partir da definição e propagação deste, ficou evidente a importância dos direitos da propriedade intelectual, inserida na noção de economia criativa, para economia britânica e consequentemente para demais países. De forma resumida, usamos a explicação de Reis, (2012) sobre o porquê de o exemplo do Reino Unido ter-se tornado tão pragmático:

a) contextualiza o programa de indústrias criativas como resposta a um quadro socioeconômico pós-industrial global, com parca diferenciação de produtos e serviços e ciclos de vida crescentemente reduzidos;

- b) identifica e privilegia os setores de maiores vantagens competitivas para o país e reordena as prioridades públicas de forma articulada entre pastas governamentais e associação com o setor privado;
- c) revela o impacto econômico das indústrias criativas, rompendo com a usual associação com as belas artes;
- d) motiva um programa de reposicionamento mundial da imagem do país. (Reis, 2012, p. 26).

Com a divulgação da estratégia proposta pela força-tarefa organizada pelos ingleses a partir dos resultados obtidos em seus estudos sobre informações de suas contas; associado à divulgação dos primeiros dados estatísticos sobre o assunto deu-se início a replicação do conceito em demais países. Reis (2012), explica que, provavelmente, influenciados pela primeira impressão de dados estatísticos interessantes, muitos países se deixaram levar pela tentação de replicação da estratégia/modelo e não se aprofundaram no conceito, lógica e utilidade das noções sobre indústrias criativas, mas, apenas pela possibilidade de importação de seu produto final. Fato este que já havia ocorrido no processo de seleção de indústrias criativas, efetuado pelo Reino Unido. Tal atitude levou à promoção e prática de uma certa lógica de que, o que havia dado resultados em um determinado país, supostamente daria certo em outro, sem contar os demais contextos e características envolvidas. Esta situação dialoga com o que Szaniecki (2016), aponta em seu trabalho sobre economia criativa na cidade do Rio de Janeiro: o fato de existirem poucas críticas e debates na literatura, sobre o uso e replicação de políticas na utilização e aplicação por outras cidades e países (o que a autora chama de “cases de sucesso”), evidencia que há, sim, a necessidade de experimentação de novas teorias e práticas, no lugar da simples reprodução e implantação de modelos.

Reis (2012) destaca que, além das dificuldades em usar e adaptar o conceito de indústria criativa ao contexto de diferentes países existem também desafios relacionados à legislação sobre direitos e propriedade intelectual. Esses desafios são ainda mais evidentes em países com perfis socioeconômicos e estruturas sociais variadas, especialmente aqueles que valorizam conhecimentos comunitários e tradicionais.

Diante do cenário das dificuldades da replicação dos trabalhos britânicos - relacionados as definições em demais países, sobre as indústrias criativas - a discussão fez com que alguns estudos e autores defendessem a afirmação de que, em países em desenvolvimento, devido à falta de condições estruturais (escassez

tecnológica, mão de obra qualificada, acesso a informações etc.) associada à falta ou desatualização de marcos regulatórios quanto às tecnologias digitais, os direitos de propriedades intelectuais e os direitos autorais, em geral, podem ser mais um empecilho do que um meio de acesso ao conhecimento (Reis, 2012).

Em paralelo às discussões mais relacionadas ao mercado, é em 2002 que, segundo Miguez (2023), os estudos acadêmicos inauguram de forma organizada um debate sobre a temática em um simpósio na Austrália. O evento trouxe à tona as discussões sobre os significados, impactos sociais e culturais da economia criativa, além de propor a construção de uma agenda de pesquisa dedicada ao assunto. Miguez, (2023) explica que além do ambiente acadêmico, governos, agências e bancos multilaterais também têm adotado, desde então, a questão da economia criativa como eixo importante de seus programas e políticas.

Em complemento às dificuldades acima expostas, a carência de dados e indicadores sobre o uso, aplicabilidade e possíveis resultados da economia criativa, se tornou um desafio, mas que gera grande interesse, dada a sua suposta capacidade de contribuição na resolução de mazelas socioeconômicas. Com o objetivo de minimizar esta carência, a UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento³⁸, desenvolveu em 2008 um relatório mundial sobre a economia criativa, apresentando recortes sobre as indústrias criativas em muitos países que as apresentaram.

Para Leitão (2015), estes relatórios se tornaram também um marco no reconhecimento e na relevância da economia criativa como vetor de desenvolvimento, demonstrando especialmente a força das indústrias criativas, mas, a autora chama atenção para alguns cuidados (Leitão, 2015). A autora explica que estes relatórios são criados a partir de compilados de diversos países, sem a presença de uma cesta de indicadores ou de um tratamento estatístico comum, o que acaba fragilizando estes

³⁸ UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento.

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) foi estabelecida em 1964 como resultado das exigências dos países com menor nível de desenvolvimento visando o estabelecimento de um foro permanente internacional que tivesse como enfoque o desenvolvimento. A UNCTAD é o principal órgão do sistema das Nações Unidas para o tratamento integrado entre comércio e desenvolvimento, assim como de assuntos correlacionados às áreas de finanças, tecnologia, investimento e desenvolvimento sustentável. É um fórum intergovernamental permanente e subsidiário à Assembleia Geral das Nações Unidas. Os seus diversos encontros, pesquisas e programas de cooperação técnica visam auxiliar os países em desenvolvimento a uma integração mais positiva na economia mundial. Fonte: Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/assuntos/internacional/cooperacao-multilateral/conferencia-das-nacoes-unidas-sobre-comercio-e-desenvolvimento-unctad-1>. Último acesso em 10/02/2024.

resultados. Além disso, estes relatórios são produzidos com base em metodologias quantitativas e, portanto, sua captura e mensuração leva em conta apenas a produção de riqueza das grandes indústrias culturais / criativas, não considerando a contribuição de milhões de pessoas em todo planeta que trabalham nos setores criativos e culturais de forma artesanal e na informalidade (Leitão, 2015).

Por mais que os compilados destes dados tragam muitas informações interessantes relacionadas inclusive com nossos sujeitos de pesquisa, não vamos adentrar em análises estatísticas ao longo deste trabalho, mas apenas nos conceitos e nas informações que conseguimos apreender nos diálogos com o campo e com as dinâmicas no campo da comunicação.

A pesquisadora Mariana Madeira (2014) em sua obra “Economia Criativa - suas implicações e desafios para a política externa brasileira” nos explica que, de forma geral, há quatro abordagens possíveis para o conceito de economia criativa: a primeira seria a associação direta entre indústrias criativas e economia criativa; a segunda seria uma extensão da primeira ao incluir outros setores e as conexões entre eles; abarcando, portanto, a dispersão na organização de processos, dinâmicas e relações entre setores diversos, no sentido de aproximar cada vez mais serviços e indústria. A terceira abordagem seria a das cidades e dos espaços criativos, e por fim, a abordagem que considera a economia criativa como uma estratégia de desenvolvimento (Madeira, 2014).

Em artigos e periódicos científicos mais atuais, os pesquisadores que analisamos e que aportaram para o que discorremos neste capítulo, comentam que mesmo com o passar nos anos, as noções que deram início aos conceitos mencionados sobre as indústrias criativas e economia criativa, ainda servem de suporte e apoio na construção de muitos trabalhos. O que temos de novo é a possibilidade para além do acesso aos conceitos, analisar os desdobramentos ao longo do tempo, por interferência de outras características correlacionadas aos temas. Como por exemplo, a noção de cidade criativa e classe criativa de Florida (2002)³⁹, que foi criticada à época e ainda hoje, pois de fato pode favorecer ao processo de gentrificação nas grandes cidades e de apropriação de um discurso que além de expulsar moradores locais, favorece às práticas excludentes e neoliberais. Porém,

³⁹ Em sua obra que sobre as noções sobre classes criativas, Richard Florida (2002), foi criticado à época, pelo fato de sua obra supostamente favorecer os processos de gentrificação e desigualdade nas cidades e nos espaços urbanos em que as estratégias pautadas em sua teoria, fossem aplicadas.

mesmo sob críticas, importante ressaltar a relevância das teorias iniciais e a importância de mantermos sob perspectiva que mesmo se tratando de fundamentação teórica alicerçada no e para o cenário do norte global – que não necessariamente se aplica e nem considera nossas características e especificidades (Leitão, 2024) do sul global – mas trata-se de referencial teórico de grande valia para o tema.

3.1 Economia Criativa no Brasil

Para nos debruçarmos sobre o tema da economia criativa no Brasil, interessante acessar a análise que os pesquisadores Watanabe, Borges e Guilherme (2024) fazem sobre a pesquisa de Madeira (2014), a qual narra o panorama brasileiro. Por se tratar de um país com dimensões continentais, os pesquisadores julgam necessário, antes mesmo de entrarem nas formas e maneiras em que as discussões chagaram ao Brasil, ressaltar o contexto e algumas condições específicas sobre o território brasileiro. Citando Madeira (2014), os autores explicam que o Brasil é um território marcado pela intenção exploratória em sua concepção, com o início da sua história entrelaçado com a escravidão, não apenas de povos africanos, mas também de povos indígenas. Watanabe, Borges e Guilherme (2024) afirmam que, dado o propósito de colônia de exploração, a sociedade brasileira foi fundada sobre o trabalho braçal desses povos escravizados, voltados prioritariamente para a produção agrícola e o extrativismo de recursos naturais. Assim, ao longo de nossa existência como sociedade, houve pouca valorização dos setores relacionados e pertencentes à economia criativa, como moda, gastronomia, música, cultura, entre outros (Madeira, 2014).

Mesmo que de maneira indireta, a afirmação acima pode estar relacionada às questões identitárias e as invocações sobre como os sujeitos analisados, Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), acionam determinadas identidades e as transformam em mote nas práticas e exercício do uso da cultura como recurso – uma forma de exercício de uma economia criativa - que veremos no próximo capítulo.

Foquemos, então, nas noções de economia criativa no Brasil: em 2014, Madeira afirmou que a consultora e pesquisadora Ana Carla Fonseca Reis era uma das protagonistas no tema. À data, outros nomes como Anna Jaguaribe, Lídia Goldenstein e Paulo Miguez, já haviam sido considerados nas produções de Madeira.

O conceito já havia chegado ao Brasil antes disto, mas há um consenso entre os principais pesquisadores sobre o tema (Leitão, 2023; Seldin, 2015; Reis, 2012; Miguez, 2023) que a relevância foi dada a partir da 11ª Conferência Ministerial da UNCTAD⁴⁰ que, ao final, concluiu seus trabalhos incentivando os benefícios econômicos e culturais potencialmente gerados pelas indústrias criativas (Reis, 2012). Miguez (2023), explica que, ao final dos trabalhos da Conferência, o então Ministro da Cultura, Gilberto Gil, se colocou à disposição e recomendou a criação de uma instituição internacional dedicada à Economia Criativa – Centro Internacional de Economia Criativa (CIEC), com o objetivo de fortalecer e desenvolver o tema nos países do hemisfério Sul. Reis (2012) explica que um dos principais objetivos era discutir a forma e a função de pesquisas e do observatório internacional das indústrias criativas, conforme declaração do então ministro Gil:

Estamos conscientes de que a maior garantia das vantagens mútuas da natureza da matéria-prima que está em jogo: a criatividade das pessoas, comunidades e povos do mundo, a essência do nosso patrimônio imaterial, expressando-se a partir do precioso lastro da nossa diversidade cultural. Contando com esse poderoso suporte, aliado à informação de que as indústrias criativas são, relativamente aos setores convencionais, o campo de atividade econômica que mais cresce no mundo, torna-se indispensável deixar de lado o medo de ousar.⁴¹

Ainda que tenha havido resultados positivos e uma mobilização significativa tanto no âmbito nacional quanto internacional, não se sabe ao certo quais foram os motivos que impediram a efetiva implementação do Centro. Após esse período inicial de engajamento, observou-se uma descontinuidade nas ações relacionadas ao tema da economia criativa, que só voltaram a ganhar destaque em 2009. Segundo Reis (2012), essa retomada revelou a ausência de familiaridade do órgão responsável com o escopo conceitual e as implicações práticas da economia criativa, indicando que as

⁴⁰ Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Segundo publicação no site institucional do governo, os encontros, pesquisa e programas da UNCTAD visam auxiliar os países em desenvolvimento a uma integração mais positiva na economia mundial. Disponível em: [Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento \(UNCTAD\) — Conselho Administrativo de Defesa Econômica](#). Acesso em: 26/07/2025.

⁴¹ Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/?p=1089>. Acesso em: 01/07/2025.

abordagens adotadas careciam de aprofundamento e alinhamento com as discussões internacionais da época.

Em 2011, o Ministério da Cultura do Brasil, capitaneado por Ana de Holanda, criou em sua estrutura organizacional a Secretaria de Economia Criativa nomeando para chefiá-la a professora e gestora cultural Cláudia Sousa Leitão, ex-secretária de cultura do estado do Ceará. Em seu plano, a secretaria explicava que há muita discussão em torno do conceito e que por ser um termo de origem anglo-saxã, a tradução por si só seria inadequada, além das incompreensões geradas pelas diferenças culturais.

De Marchi (2013) explica que a criação da Secretaria da Economia Criativa pode ser considerada um relevante acontecimento na história das políticas culturais no Brasil por vários motivos, mas por duas razões que merecem destaque: a primeira, se refere à polêmica⁴² em relação ao uso do conceito basilar – Economia Criativa; à segunda se refere à uma busca por desenvolver uma abordagem própria, particularmente alinhada à uma nova política cultural e a um conjunto de políticas econômicas e sociais adotadas pelo governo em exercício na época (De Marchi, 2013).

Voltamos aqui ao plano da secretaria de Economia Criativa, que explica que há necessidade de pensar em uma economia criativa brasileira, e que para tal seriam utilizados os seguintes norteadores: a) Diversidade cultural; b) Sustentabilidade; c) Inovação e d) Inclusão Social.⁴³ O plano definia também que a economia criativa brasileira seria desenvolvida e adequada à realidade nacional compreendendo a importância da diversidade cultural do país, a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional, a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda e, por último, a inclusão produtiva como “base de uma economia cooperativa e solidária” (MinC; Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2011, p.32).

O plano trazia os principais desafios enfrentados para assumir a economia criativa como política pública; mas primeiramente detalha o desafio inicial de pactuar

⁴² De Marchi, (2013), aborda em seu texto as críticas relacionadas a diferença na conceituação de economia criativa, já que nos países britânicos, a abordagem sobre a economia criativa diz que esta seria capaz de gerar propriedade intelectual, enquanto no Brasil, devido ao estágio de desenvolvimento, os precursores do tema entendem que a abordagem britânica é uma definição economicista.

⁴³ Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Último acesso em 18/02/2024.

um conceito de economia criativa no Brasil. O documento detalhava que a definição e uso do conceito “economia criativa”, por conta de sua ambiguidade e vagueza, poderia despertar muitos ruídos nos trabalhos da secretaria e na própria construção e utilização do plano. Em contrapartida, por se tratar de um conceito novo e em construção naquele momento - mesmo em países desenvolvidos – havia uma necessidade de adequação, considerando as características e especificidades do Brasil. Assim, ao invés da reprodução do conceito utilizado em outros países com realidades políticas, culturais, econômicas e sociais diferentes da brasileira, os autores explicam que aceitaram o desafio de ampliar o significado de economia criativa, fazendo uma adaptação para as características e segundo eles, para as potencialidades do Brasil (MinC; Plano da Secretaria da Economia Criativa).

De largada, o plano declarava que a compreensão de economia criativa utilizada não se submeteria em sua concepção ao significado de indústrias criativas. Mas, ao contrário disso, o plano retomaria a intenção de pactuar os fundamentos da economia criativa baseada nos princípios de inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural brasileira. Após tal pactuação, para efeito da elaboração do plano e para as propostas de políticas públicas, a economia criativa no Brasil deveria ser baseada nos setores criativos e não nas indústrias criativas. Na sequência, o plano se propôs a identificar e conceituar os setores criativos em função do escopo de atuação à que a Secretaria da Economia Criativa se propunha.

A primeira crítica dizia respeito à noção de atividade produtiva ser baseada em criatividade e conhecimentos; a segunda se referia a considerar que setores criativos seriam aqueles cuja geração de valor econômico se dava basicamente em função da exploração da propriedade intelectual. Concluiu-se então que:

A economia criativa deveria se dar a partir da análise dos processos de criação e de produção, ao invés dos insumos e/ou da propriedade intelectual do bem ou do serviço criativo (...) setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação de preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica. (MINC, Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2011, p. 22).

O conceito acima é o que guia nossas análises quando analisamos as práticas exercidas pelos agentes de cultura do Bixiga. Entendemos que além de geração e produção dessa riqueza econômica e financeira, eles também produzem e geram

valores simbólicos e contribuem para a geração e manutenção da riqueza cultural daquele território.

Em uma discussão acerca da atuação da gestão pública nos territórios criativos, dialogamos com Leitão (2024) e concordamos com o pressuposto de que territórios criativos já existem. Em seu trabalho, Leitão (2024) nos apresenta cinco desafios sobre os sentidos da gestão pública nestes territórios. O primeiro, é que o papel da gestão pública pode ser antagônico, com impactos positivos e negativos, interferindo de maneira estratégica na constituição deste território. O segundo desafio consiste em um ocultamento do próprio território em pesquisas, debates e políticas de cultura e economia criativa, quando fazemos uma referência a um *território criativo*. Leitão, (2024) explica que o terceiro desafio está na conceituação do termo criatividade sob a perspectiva do território e não dos indivíduos. O quarto desafio é em decorrência dos anteriores, por conta da necessidade de definição de novos indicadores que deem conta da mensuração da presença da criatividade e de seus impactos sobre as populações. E por fim, o quinto desafio, se refere a uma natureza epistemológica, sobre os significados de economia criativa, sobretudo no sul global.

A reflexão que Leitão (2024) nos convida a fazer quando estivermos nos referindo às noções de indústrias e economias criativas e seus modelos de desenvolvimento, seria primeiramente pensarmos de qual criatividade estamos falando; qual desenvolvimento queremos construir; qual o papel das comunidades na gestão pública dos territórios criativos; e quais seriam as categorias de governanças nestes territórios. Para chegarmos a estas respostas, a pesquisadora primeiramente propõe um pacto que fundamente uma espécie de princípios da economia criativa, mas a economia criativa do sul global:

Compreendida como um sistema que empresta significado às suas dinâmicas, a economia criativa deve ser compreendida a partir do pensamento que busca reunir ao invés de separar, que acolhe a religação dos saberes e a heterogeneidade dos conhecimentos, que estimula éticas solidárias e colaborativas (Leitão, 2024, p.264).

A proposta de Leitão (2024) de nos instigar a compreendermos a economia criativa a partir desta perspectiva de união, de acolhimento e religação dos conhecimentos, está diretamente relacionada com as práticas que percebemos nas atuações dos espaços/sujeitos Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente

Piuss Bar). Seja em festas temáticas, onde as diferenças são acolhidas e respeitadas; seja na oferta de uma comida que além de alimentar compartilha conhecimentos ancestrais e acolhimento (iniciativas que serão detalhadas no capítulo seguinte), estamos visualizando esta noção de economia criativa aludida por Leitão.

Mesmo quando não consideramos a geração de material econômico, podemos afirmar que esta noção também dialoga com as práticas e redes de comunicação que o território do Bixiga engendra, propaga e incentiva. As atuações que o Movimento Estação Saracura Vai-Vai promove, invocando o uso da cultura como recurso (Yúdice, 2013), convidando a propagação do conhecimento e uma noção de viver em comunidade que respeita suas posições identitárias, também traz elementos que nos permitem afirmar que estão relacionadas com a noção de economia criativa.

Essa proposta de compreensão da economia criativa, diferente das noções do norte global, dialoga, em certa medida, com o resultado da produção cultural que visualizamos no território do Bixiga, nos espaços culturais aqui analisados. Não romantizando essas trocas, mas entendendo como uma lógica que busca práticas colaborativas na qual os agentes disputam, criam alianças, negociam, conflituam. E isso também pode se articular com as noções de Canclini (2003) sobre interculturalidade: visualizamos nas atividades dos sujeitos/espaços analisados no Bixiga, diálogos, trocas e negociações nos produtos culturais destas práticas que derivam da geração de material econômico e simbólico.

Leitão (2024), em trabalho recente⁴⁴, nos apresenta sete princípios que fundamentam e respondem a questionamentos sobre como devem ser as noções e a governança da economia criativa do sul global. A autora explica que os princípios garantem a essência semântica, oferecendo sentidos a uma realidade. Esses são: a) o princípio da cidadania e da democracia - que assegura que pela economia criativa devemos retomar, reviver e aprofundar os significados de cidadania e democracia cultural, sustentando e garantido na economia criativa as liberdades, os direitos, assim

⁴⁴ Importante salientar que, no momento de escritura desta tese, em junho de 2025, o Ministério da Cultura do Brasil recria a Secretaria de Economia Criativa. Em uma publicação disponibilizada no portal do Governo, onde consta a nomeação da professora e pesquisadora Claudia Leitão como secretária de Economia Criativa, é mencionado que o motivo da reestruturação da secretaria, visa contribuir para o reconhecimento e a consolidação da economia criativa como estratégia de qualificação ao desenvolvimento social, econômico, ambiental, político e cultural do País. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/governo-federal-recria-secretaria-de-economia-criativa-no-minc> Acesso em: 28/07/2025.

como a participação social e comunitária; b) o princípio da biodiversidade cultural e da tecnodiversidade - que consistem nos usos culturais e criativos dos territórios, biomas e ecossistemas, pela comunidade; c) o princípio da inovação, enquanto processo e produto do *ethos* comunitário, é traduzido pelos modos pelos quais as comunidades geram recursos; d) o princípio da sustentabilidade que afirma que a economia criativa deve ampliar as suas afinidades com o campo da Ecologia, buscando princípios de usos que estimulem os usos sustentáveis do território; e) o princípio da inclusão produtiva, que provoca a reflexão sobre questões acerca da desigualdade social; f) o princípio do bem comum, baseado na capacidade dos indivíduos e das comunidades na gestão dos recursos comuns em favor dos seres vivos e da gestão do planeta; g) o princípio do bem viver, o qual enfatiza o *ethos* comunitário e é estruturado por três eixos: relação com a natureza, as formas de reprodução da vida social e material e o decolonialismo em todas as suas esferas.

De forma detalhada, Leitão (2024) discorre sua proposta de economia criativa do sul global e todos os princípios norteadores sobre a importância das definições de território e, mais ainda, sobre os usos do território na perspectiva comunitária e criativa. A autora invoca a teoria ator-rede de Latour (2012) como um operador metodológico que abre uma terceira via, entre correntes estruturalistas e individualistas de análise sobre rede, como uma possibilidade de investigação da realidade. Leitão (2024) afirma ainda que o poder da rede está contido na pluralidade e intensidade com que as ligações e os fluxos são formados e mantidos, seguindo a escala estabelecida pelos atores/mediadores.

Assumimos aqui, então, que ao longo deste trabalho, quando utilizarmos o conceito de economia criativa, estamos cientes de todo o arcabouço teórico já mencionado. Mas, ao longo de nossa análise, nos valem da definição e conceito de economia criativa de Leitão (2024).

Importante abrir aqui um parágrafo para mencionarmos uma diferença na abordagem e nas conceituações de economia criativa quando analisamos a obra de Claudia Leitão. Ao analisar sua atuação como gestora pública, observa-se uma mudança significativa na concepção e na aplicação da economia criativa no Brasil. Durante sua primeira atuação à frente da Secretaria de Economia Criativa (2011–2013), a proposta ainda se articulava em torno da estruturação institucional do setor, com ênfase na criação de indicadores, fomento à profissionalização cultural e

aproximação às tendências internacionais, como as políticas da indústria criativa britânica. Embora já houvesse preocupação com a diversidade cultural, os modelos então adotados ainda se apoiavam em lógicas de competitividade e gestão setorial.

Na gestão atual (a partir de 2025), Leitão parece buscar aprofundar sua proposta, consolidando uma abordagem crítica e emancipatória, alinhada às perspectivas do sul global. A economia criativa passa a ser compreendida como prática simbólica e colaborativa, orientada pelo bem viver, pela valorização dos saberes locais e pela produção de sentido nos territórios. Em seu livro “Criatividade e Emancipação nas Comunidades-Rede” Leitão (2023) propõe uma ontologia própria para a economia criativa brasileira, conectando-a às novas economias — solidária, circular, verde — e reforçando seu papel como tecnologia social voltada à inclusão produtiva e à justiça cultural.

Ao integrar essas perspectivas à análise dos agentes culturais do Bixiga, esta pesquisa reafirma que a economia criativa, mais do que uma estratégia econômica, é um projeto ético e político de transformação social, profundamente enraizado nas práticas culturais insurgentes que reinventam o território a partir da escuta, da diferença e da potência identitária.

Para além deste uso da definição e conceito, nos amparamos nas noções sobre setores criativos pensados a partir de um ato gerador de valor simbólico, elemento central na formação de preço e que resulta em produção de riqueza cultural como também econômica. Como dissemos, uma espécie de economia criativa exercida nas práticas da interculturalidade (Canclini, 2003) baseada em lógicas que resultam além de riqueza econômica e cultural, em uma inter-relação entre culturas que propõem diálogos e alinhamentos onde as diferenças podem ser reconhecidas, através de uma possibilidade de convivência mais criativa e mais democrática.

A atuação dos espaços culturais Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), situados no território do Bixiga, revela práticas que dialogam diretamente com os fundamentos da economia criativa formulados por Cláudia Leitão, especialmente em sua vertente emancipatória voltada ao sul global. Esses territórios criativos não operam segundo a lógica tradicional de mercado, mas sim como plataformas simbólicas de resistência, acolhimento e reinvenção cultural, alinhando-se a uma concepção de economia centrada na diversidade e na justiça cultural.

No Sol y Sombra, a programação é construída com foco em estéticas dissidentes latino-americanas, promovendo eventos que articulam corpo, memória e identidade política. Já no Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), as expressões afro-brasileiras são ativadas como forma de reinscrição territorial, em constante diálogo com as narrativas ancestrais do Quilombo Saracura. Ambas as iniciativas expressam os princípios da economia criativa brasileira tais como tecnologias sociais, produção de vínculos comunitários, inclusão produtiva e valorização dos saberes locais, propondo um modelo de sustentabilidade baseado não apenas no lucro, mas na potência simbólica e cultural.

Ao reconhecer esses espaços como territórios insurgentes de criação, esta pesquisa reafirma que a economia criativa, conforme concebida por Leitão (2023), encontra sua força na capacidade de produzir sentidos coletivos, reativar memórias e transformar o urbano em linguagem afetual e política. Desse modo, Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar) não apenas se valem das noções da economia criativa — eles a encarnam em suas práticas cotidianas (como mostraremos no capítulo 3).

3.2 Sentidos de economia criativa insurgentes articulados à noção de cultura como recurso

Baseando-se no conceito de Yúdice (2013), podemos afirmar que a cultura, quando usada como recurso, não gera apenas valor econômico, mas também valor simbólico. Este conceito dialoga com as noções de Leitão (2024) quando afirma que, para além de impulsionar a gestão de recursos culturais, a economia criativa deve ser solidária, inclusiva e estar alinhada a princípios de sustentabilidade e de desenvolvimento comunitário. Isso posto, podemos ter sob perspectiva a afirmação de que, exercitar a economia criativa é uma prática que se articula e dialoga com o uso da cultura como recurso. Portanto, analisarmos e compreendermos o modo como os espaços culturais - que aqui se configuram como sujeitos de pesquisa protagonistas desta tese - interagem, negociam e promovem o compartilhamento e a comercialização de cultura, pode ser entendido sob uma perspectiva onde o compartilhamento e a comercialização de cultura são, de fato, um exercício ou uma prática de economia criativa.

Assim, um *ethos* que valoriza a cultura contribui para a criação de uma economia criativa, onde as expressões culturais são tão importantes quanto os ganhos financeiros. De forma ampla, a relação das pessoas com a cidade e o território pode ser entendida como uma integração entre aspectos culturais e econômicos, promovendo um desenvolvimento mais completo e enriquecedor.

Quando consideramos então que a maneira como as pessoas fazem e consomem cultura em um bairro ou território interfere em todo o modo de viver naquele lugar, nos interessa - sob a ótica da comunicação - entender esses hábitos e o viver e conviver destes /entre agentes – suas práticas, conflitos e composição da tecitura social. Esta afirmação em certa medida, dialoga com as noções de comunicação urbana: uma vez que os conceitos de uso da cultura como recurso, articulada com práticas de economia criativa alternativas àquelas noções do norte global, sendo mais inclusivas, solidárias e pautadas em desenvolvimento, pode ser uma perspectiva para uma nuance da comunicação urbana que discutimos no capítulo anterior. Articulando a proposta de Rizo Garcia - onde a comunicação urbana deve ser compreendida como um operador conceitual que ultrapassa a mera transmissão de mensagens e, considerando que a comunicação seja vista como dimensão constitutiva da vida social, capaz de organizar vínculos, ativar memórias e mediar conflitos no espaço urbano - concordamos que a comunicação mostra-se como prática social. Nesse sentido, os espaços de cultura do Bixiga — Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar) — não apenas promovem eventos artísticos/culturais, mas produzem comunicação urbana, ao promoverem a reconfiguração do território, constituírem espaços de diálogos, gerarem interações sociais.

A economia criativa, exercida e praticada no SyS e no CCA (atualmente Piuss Bar), se manifesta como linguagem comunicacional territorializada, alinhada à perspectiva de Rizo García (2013), que entende a cidade como campo de interação simbólica, onde os sujeitos constroem sentidos e disputam visibilidades.

Portanto, a comunicação urbana, nesse contexto, não é apenas meio — é matéria e método da economia criativa insurgente. Ela opera como tecido relacional que conecta práticas culturais, potências identitárias e territórios, revelando que criar é também comunicar, resistir e pertencer. E partir desta articulação e diálogo entre comunicação urbana e o exercício da economia criativa é que delimitamos o Bixiga e

dois agentes/sujeitos de pesquisa específicos, como nosso corpus de análise e estudo.

Como narrado no capítulo anterior, a escolha pela análise do território Bixiga se fez por múltiplos fatores, como por exemplo, a contribuição aos estudos de comunicação urbana e em um primeiro momento, a suspeita de que novas formas e práticas de economias criativas ali poderiam ser exercidas. Há tempos o Bixiga apresenta uma variedade de atividades culturais vinculadas as práticas e preceitos ativistas, que ora debatem ou discordam entre si, mas que em prol de uma causa maior que é a promoção e manutenção da região, conseguem atrair os mais variados consumidores, seguidores e defensores destas causas (Avelar, 2019). Um misto de práticas criativas que geram e produzem material econômico, financeiro e simbólico; mas também, práticas interculturais que a partir das noções de Canclini (2003) materializam construções de sentidos onde as diferenças se interpelam, se conectam e se alinham, promovendo debates, trocas e diálogos.

Como já mencionado no capítulo anterior, a partir da década de 1990, saindo de uma fase decadente, o Bixiga vem protagonizando um fenômeno comunicacional, social, econômico e cultural que consiste, entre outras coisas, em um novo formato de produção e consumo cultural, seja nos/com os agentes/atores já existentes, seja em novos espaços que estão se estabelecendo no território.

Vivant (2012) e Seldin (2016) em seus respectivos trabalhos, já explicavam - quando se referiam ao uso do conceito de cidade criativa para justificar as mudanças após a decadência das cidades industriais - que afirmar que um determinado distrito ou cidade seja um território supostamente criativo, seria questionável. Porém, há muitos exemplos salientando que o uso da cultura como recurso, além de proporcionar novas buscas e alternativas de ativismo e cidadania (Avelar, 2019), coloca em perspectiva e discussão uma nova maneira pela busca de visibilidade e expressão do Bixiga, também denominadas de cidadania cultural (Yúdice, 2013).

Em um artigo que analisa com profundidade o Plano da Secretaria da Economia Criativa, De Marchi (2013) deu visibilidade a uma estratégia de estabelecimento de uma política neodesenvolvimentista, na via dos argumentos sobre a instauração de políticas de economia criativa, atendendo aos interesses de grupos sociais elitizados, agravando as diferenças sociais e não considerando demais produtores de cultura. De Marchi (2013) também pontua em seu texto que, no primeiro Plano da Secretaria

de Economia Criativa de 2011, ao mencionar as indústrias criativas, optou-se pelo uso de “setores” criativos, sinalizando uma diferença na noção e na relação de indústria com a produção de bens em larga escala.

Pereira, Pontes, Rodrigues e Bezerra (2021) analisam a cidade de São Paulo e suas propostas para transformar a área central em um polo estratégico de economia criativa e turismo. Eles explicam que essas propostas muitas vezes entram em conflito com os interesses e ações das pessoas que produzem e consomem práticas culturais nesses territórios. Enquanto a narrativa é de promoção da economia criativa e do turismo no centro, na prática, tais planos nem sempre consideram as necessidades e desejos dos produtores e consumidores da cultura locais, gerando tensões e conflitos. Nestes exemplos citados sobre as disputas entre o grande poder hegemônico, com os argumentos de quão importante são incentivos e políticas públicas voltados para a classe criativa e a produção cultural, ainda conseguimos visualizar táticas, brechas que permitem que os pequenos produtores de cultura ainda resistam e, para além de produção de material simbólico, elaborem formas de economia criativa insurgente acontecerem (Pereira, Pontes, Rodrigues e Bezerra, 2021).

Em muitas das noites em que estivemos nos estabelecimentos de cultura analisados – SyS e CCA - presenciamos situações que nos fizeram duvidar se de fato, havia geração de valores econômicos além dos simbólicos, dos quais nunca tivemos dúvidas. Além de entrevistas formais e conversas informais, nos colocamos como consumidores de cultura. para além do papel de pesquisadora foi muito importante, permitindo assim experienciar e podermos afirmar que se mostram ali práticas de um tipo de economia criativa. Há noites em que as casas têm pouquíssimos clientes/consumidores e por conta do *ticket* médio de consumo (valor pago pela entrada + média de consumo de bebida/comida) ser muito mais baixo – comparado à média paulistana, fica difícil acreditar que ao fim do mês, estes empreendedores consigam honrar seus compromissos, como aluguel, água e energia elétrica. Porém, em outros dias, com a presença de músicos ou bandas com uma maior visibilidade, por exemplo, os mesmos estabelecimentos lotam, de uma forma que fica até difícil transitar em suas instalações. Porém, também vale ressaltar que os resultados destas práticas econômicas, não necessariamente sejam financeiros ou diretamente quantificáveis, como já dito: por muitas vezes visualizamos conexões criadas a partir

dessa rede ali existente e que além de valor econômico e financeiro, também aporta com a geração de valor cultural e criação de redes.

Vamos narrar como conhecemos o músico e produtor cultural Yannick Delass (idealizador e gestor do CCA), no capítulo que conta a formação do Centro Cultural Afrika; mas vale comentar aqui que conhecemos Yannick através de ações e eventos promovidos por outro estabelecimento que promove cultura, que é o Al Janiah⁴⁵. No Al Janiah, Dellass criou, organizou e fez a curadoria do evento Gringa Music, um palco semanal – que durou 2 anos - para artistas de várias partes do mundo se apresentarem em São Paulo, criando inclusive festivais – com o mesmo nome - com apoios e fomentos públicos entre 2018 e 2023 (Pereira, Bras e Avelar, 2024). Além de bar e restaurante, o Al Janiah já promoveu inúmeras atividades destinadas a apoiar tanto a população mais carente do território do Bixiga (promovendo oficinas destinadas as crianças), quanto atividades e eventos onde a renda era destinada a apoiar refugiados e imigrantes, além de também atuarem na propagação da arte.

Esta conexão entre Al Janiah e Yannick Dellass também nos ampara em nosso diálogo com Guarisa e Figueiredo (2024), que em seu trabalho de análise dos pequenos produtores de cultura na cidade do Rio de Janeiro, acompanharam este ecossistema: para os autores, estas dinâmicas criativas do território, demonstram um processo coletivo, existente a partir da colaboração entre uma complexa rede de organizações heterogêneas que se vinculam em diferentes camadas de atuação e que compartilham de uma mesma plataforma geográfica (Guarisa e Figueiredo, 2024). O que os autores chamam de mesma plataforma geográfica, vemos aqui como o mesmo ecossistema, a música e suas práticas. Em torno deste ecossistema de produção artística entre os sujeitos Yannick Dellass e Al Janiah, vemos a geração de bem financeiro e econômico, mas também vemos geração colaborativa de ideias e práticas sustentáveis e solidárias em prol dos envolvidos, que dialoga com as noções de economia criativa que entendemos existir no território do Bixiga e na rede na qual ele está imbricadamente inserido.

Esta rede interconectada promove muito mais do que apoio financeiro e econômico; ela também evidencia uma prática intercultural, assumindo aqui nosso

⁴⁵ Restaurante, bar, espaço de apresentações musicais, lançamentos de livros, palestras, mesas redondas, se colocando como um centro cultural de resistência palestino, localizado na Rua Rui Barbosa, 269, Bela Vista. Ver: https://www.instagram.com/aljaniah_oficial/. Acesso em: 28/07/2025.

diálogo com Canclini (2003), onde tomamos que a interculturalidade implica nas trocas, nos diálogos e nas assunções, negociações e promoções das diferenças. Tudo isso pautado em uma noção e prática de uma economia criativa que vai muito além da geração e resultado de valor financeiro e econômico.

No capítulo seguinte vamos detalhar muitas das táticas usadas para driblar as adversidades que fazem parte do dia a dia destes pequenos produtores de cultura. Porém já podemos afirmar que para além do exercício de suas cidadanias culturais e mais do que a invocação da cultura como recurso (Yúdice, 2013), vincula-se a tudo isso uma prática alternativa no exercício de economia criativa.

4 CAPÍTULO 3 - SOL Y SOMBRA E CENTRO CULTURAL AFRIKA: MAIS DO QUE USO DA CULTURA COMO RECURSO

No vasto universo da investigação acadêmica, cada sujeito de pesquisa carrega consigo não apenas dados ou informações, mas histórias, contextos e trajetórias que enriquecem a compreensão dos fenômenos analisados e permitem ao pesquisador o acesso e o contato com suas subjetividades e identidades. Neste capítulo, exploramos os dois espaços/sujeitos escolhidos para a análise, possibilitando dar materialidade às noções, conceitos e diálogos com os teóricos que aportam as discussões sobre questões identitárias e sentidos de pertencimento.

O trabalho de campo realizado presencialmente, somado ao acompanhamento e análises das atuações dos sujeitos em seus respectivos perfis nas plataformas sociais digitais, nos permitiu trazer neste capítulo evidências sobre como os sujeitos se autodeclararam e se apresentam, como atuam, convivem e se relacionam através da propagação de suas noções identitárias na prática e no exercício e uso da cultura como recurso. Ao analisar suas vivências, percepções e interações entre e com seus consumidores, colaboradores, frequentadores e simpatizantes, buscamos construir um panorama detalhado que revele tanto padrões quanto singularidades, contribuindo para um entendimento mais profundo e multifacetado de como a invocação e prática da cultura como recurso, através da divulgação das marcas de identidade e diferenças, permitem a prática e o exercício de outras formas de economia criativa, não necessariamente aquelas hegemonicamente propagadas em discursos do norte global, do mercado ou de gestores públicos.

4.1 Sol y Sombra – “Um bar para viajar pelos ritmos e sabores da América Latina”⁴⁶

O espaço foi idealizado a partir do trabalho desenvolvido por seu criador, Lucas Pereira. Ele explica que o Sol y Sombra surgiu por perceber uma certa ausência de um espaço, um bar “latino”, com um posicionamento político à esquerda, na cidade

⁴⁶ Autodeclaração em seu perfil oficial do Instagram. Ver em: <https://www.instagram.com/solysombrabar/>.

de São Paulo. Em uma entrevista concedida ao grupo de pesquisa URBESOM⁴⁷, em 2024, Lucas explica que, por aproximadamente cinco anos, trabalhou com geolocalização, mapeando grandes cidades da América Latina, e que sentia falta de um bar/espço progressista com um posicionamento político à esquerda definido, o que segundo ele é muito comum nas cidades dos outros países da América Latina. Ele explica que já existiam casas latinas consolidadas em São Paulo, mas todas cobram valores altos e mostram-se mais elitizadas. Batizado com o nome de uma obra do escritor uruguaio Eduardo Galeano, o Sol y Sombra nasceu em 2019, inspirado em um livro de crônicas sobre futebol que é considerado um clássico entre simpatizantes das esquerdas latino-americanas. A inspiração deu início à vontade de articular festa, música, comida, América Latina e futebol. Com a intenção de colocar tudo isso em um lugar só e criar um espaço, que conjugasse uma espécie de ponto de encontro de latino-americanos hispânicos, foi o mote para o início das atividades do Sol y Sombra, com duas unidades: Sol y Sombra 1, na Rua Santa Madalena, 250 e o Sol y Sombra 2 na Rua Conselheiro Ramalho, 945; ambos no bairro do Bixiga, região central de São Paulo. Vale lembrar que, no período da escrita desta tese, o SyS2 – mais voltado a eventos, shows e festas - teve que ser fechado. Cerca de 2 meses depois, reabriu na mesma região, em local maior e mais central com o nome de SyS13, por se localizar na principal rua do Bixiga, a 13 de maio.

Lucas faz questão de frisar que há divergências entre os “latinos” e explica que tem pessoas que não gostam de determinados costumes ou de determinado dirigente político, mas que o objetivo é fazer com que todos estejam juntos naquele espaço, sem o que ele define por sectarismo. Reforça que não estão a favor ou ligados à direita ou a pessoas com opiniões e posicionamentos que eles discordam; deixa claro, assim, seu posicionamento político declarado e sua discordância com a direita. É possível perceber isso também a partir das imagens, cartazes, fotografias ou frases coladas nas paredes de ambos os espaços, ou publicações em seus perfis nas plataformas sociais, invocando personagens, ideologias e líderes políticos, como, por exemplo, Hugo Chavez ou Emiliano Zapata⁴⁸.

⁴⁷ Disponível em: <https://sp.multicartografias.com.br/galeria/?categoria=narrativas&midia=gvideos>
Acesso em: 10/03/2025.

⁴⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DIRI7Adu17/>. Último acesso em 07/04/2025.

Figura 7 - Paredes do SyS 2



Fonte: A autora (2024)

As atividades se iniciaram no SyS 1, três meses antes do início da pandemia do Covid 19, ainda em 2019, com a intenção de comercializar comida, bebidas e música de todos os países da América Latina, na cidade de São Paulo. Lucas explica que, por muito tempo, eram conhecidos na redondeza como o bar do “louquinho que tocava *cumbia* e *salsa*”. Conotação que entendemos ser pejorativa, talvez até pela coragem de assumir um posicionamento político em um país que acabava de completar um ano sob a gestão da extrema direita e estava às vésperas de passar por uma pandemia. Nesta entrevista, concedida em abril de 2024, Lucas explica que atualmente há uma onda latino-americana espalhada por São Paulo, que teria começado pelo “bar dos doidinhos que tocavam *cumbia*, *salsa* e *reggaeton*”⁴⁹, atribuindo a si, indiretamente, o protagonismo do início dessa cena cultural latino-

⁴⁹ A entrevista foi concedida a alguns integrantes do URBESOM, e está disponível na plataforma *Multicartografias das Cidades Musicais*, disponível em: <https://multicartografias.com.br/>
Último acesso em: 10/03/2025

americana. Mais à frente, vamos abordar como compreendemos as noções de “latino” e “latinidades”. Porém, importante trazer o que Santiago (2016) já retratou em sua pesquisa de mestrado, que analisou práticas e dinâmicas de produção e consumo cultural na cidade de São Paulo ligados à noção de cultura latina; bem como os trabalhos de Pereira (2015; 2021), que vem abordando uma cena musical latina constituída por migrantes na cidade.

Com a deflagração da pandemia, o SyS foi fechado e Lucas Pereira explica que as condições do processamento da abertura do estabelecimento acabaram motivando uma nova forma de atuação: poucos recursos financeiros, uma caixa de cerveja e algumas bebidas da sua última viagem por alguns países, que acabaram motivando a produção de suas próprias cervejas. Baseados em seu pequeno estoque de pisco, mescal, fernet e rum – bebidas comumente consumidas em países como México, Colômbia, Chile, Peru e Argentina e com as atividades do bar suspensas, o SyS atravessou o período de pandemia em um processo de aprendizado de fabricação de cervejas e a venda de alguns destilados. Lucas justifica que a tomada de decisão sobre o processo de produção das bebidas, é motivo de muito orgulho para o SyS: além de resistir ao período de pandemia com apenas três meses de inauguração, o SyS não tem nenhum vínculo ou dependência dos grandes produtores. Além disto, explica que ao mesmo tempo que a decisão foi a mais difícil, trata-se de uma decisão pautada em suas crenças, em seus posicionamentos políticos, já que, segundo ele, não faria sentido falar ou defender questões sobre desmatamento ou consumo, por exemplo, e estar segundo ele, “dando dinheiro para grandes empresas” (Lucas Pereira, entrevista de 2024).

Em nossas visitas e observações diretas no Sol y Sombra, que vamos compartilhar aqui, analisamos primeiramente a maneira com que eles se autodeclaram, se nomeiam e se definem, o que subsidia a nossa discussão relacionada às questões identitárias. Por isso, analisar e compreender como se dão estas interações, estes posicionamentos, para nós é de extrema valia. Investigar como os sujeitos responsáveis pelo SyS e CCA expressam e invocam suas identidades, bem como a forma como dialogam nas plataformas sociais e interagem digitalmente com o território do Bixiga — tema que é aprofundado ao longo deste capítulo — é essencial. Essa análise permite identificar e observar os conceitos teóricos que

fundamentam a construção deste trabalho, contribuindo para uma compreensão mais ampla das dinâmicas identitárias e culturais envolvidas.

As questões identitárias, conforme discutido em estudos sobre multiculturalismo e interculturalismo (Canclini, 2005), podem ser vistas como uma construção social que reflete tanto a diversidade quanto as tensões dentro de um grupo. No caso do território do Bixiga, um bairro historicamente marcado por fluxos migratórios e manifestações culturais (Pereira, 2018; Avelar, 2019; Bras, 2021; Rodrigues, 2022; Pereira; Bras; Rodrigues, 2023; Paiva, 2024.), as questões identitárias dos sujeitos e do próprio território, se entrelaçam com as experiências individuais e coletivas dos que ali socializam e interagem.

Hall (2003) entende a identidade como um conceito dinâmico e em permanente e contante construção, não se tratando de algo essencial ou fixo. Ele nos explica ainda que a identidade é composta através e pelas interações sociais, culturais e históricas, sendo profundamente influenciada pelos discursos e narrativas predominantes em uma sociedade. O autor propõe uma visão onde tomemos a identidade como fragmentada e múltipla, onde cada indivíduo possui diversas identidades que coexistem e estão relacionadas e imbricadas nos aspectos de classe, etnia, gênero, nacionalidade e cultura. Além disso, Hall (2003) argumenta que as identidades são posicionais, ou seja, entendidas como algo relacional e dependente dos contextos em que se inserem e das relações de poder existentes. O autor argumenta que a identidade está ligada às diferenças: somos definidos tanto pelo que somos, quanto pelo que não somos, ou seja, pela exclusão do outro. Esse processo de definição considera a criação de limites e de significados, mas também pressupõe a geração de tensões e transformações.

Em sua obra, Canclini (2005) aborda as questões relacionadas à identidade como um conceito dinâmico e multifacetado, especialmente nos contextos de globalização e em meio às noções de interculturalidade. Citando a obra de Hobsbawm (1997), onde consta a afirmação de que a maioria das identidades coletivas seriam mais camisas do que pele, Canclini (2005) nos propõe usarmos esta afirmação sob a perspectiva de que, às vezes, as condutas racistas ontologizam na pele as diferenças das identidades e propõe complementarmos esta metáfora tendo como perspectiva a variedade de tamanhos de camisas, destacando as multiplicidades e complexidades das identidades. Canclini (1997) discute como o consumo e a cidadania moldam as

identidades contemporâneas, argumentando que em um mundo globalizado, as identidades são frequentemente desterritorializadas, ou seja, não estão mais vinculadas a um espaço geográfico específico, mas são influenciadas por narrativas cosmopolitas e internacionais (Canclini, 1997).

Detalhar sob quais conceitos de identidades estamos ancorados, é necessário para analisarmos como o Sol y Sombra se define como um espaço de “latinos” e como esta definição se desdobra nos seus modos de produzir experiência, convivência e cultura. Mais adiante, abordaremos a questão da “latinidade” invocada e praticada no Bixiga.

Em sua produção cultural e artística, o SyS revela-se como prática simbólica que articula as noções de identidade (Hall, 2003; Canclini, 1997) e interculturalidade (Canclini, 2005). Em consonância com Hall, o espaço promove a diferença como potência, reafirmando que a identidade é construída relacionalmente, marcada por deslocamentos e pela negociação com narrativas contra hegemônicas. Já em diálogo com Canclini, parece encarnar uma lógica de interculturalidade urbana, ao promover encontros entre culturas afro-latinas, indígenas e periféricas em contextos híbridos, que misturam estéticas, saberes e linguagens. Nesse território de criação, a identidade é performada como experiência viva e situada, e a interculturalidade se manifesta como estratégia cotidiana de convivência, conflito e reinvenção. Assim, o espaço torna-se campo de produção simbólica em que identidade e interculturalidade não apenas coexistem, mas se alimentam mutuamente, tensionando fronteiras e propondo novos modos de habitar a cidade. Um exemplo disso pode ser visto na proposição, organização e curadoria que fizeram de um festival de *cumbia* – gênero musical de origem colombiana, mas presente em toda a América Latina hispânica - na cidade de São Paulo:

Figura 8 - Divulgação festival de cumbia nas redes sociais.



Fonte: Postagem no Instagram⁵⁰

Ao promover eventos que valorizam a diversidade latino-americana, os corpos dissidentes e as estéticas periféricas, o Sol y Sombra afirma a diferença como fundamento político e estético da identidade, em consonância com a perspectiva proposta por Hall (2003). Além de se posicionar em relação às práticas político-partidárias como um atuante de “esquerda”, o SyS, em muitas oportunidades, se declara em favor das minorias, trazendo para o diálogo pautas do cotidiano, como pude presenciar em muitos eventos. Em uma noite específica, com a apresentação de um grupo de *cumbia* chamado *La GuacaMaya*, onde durante a apresentação, a banda convidou o público a dar atenção às manifestações que ocorriam naquela época, na Argentina. Em sua primeira participação oficial no Dia Internacional das Mulheres, em 8 de março de 2024, o presidente argentino Javier Milei adotou uma postura marcadamente anti-feminista, expressa tanto em declarações públicas quanto em medidas institucionais. Tais posicionamentos geraram forte reação dos movimentos feministas, que organizaram manifestações multitudinárias em Buenos Aires e outras cidades, denunciando o retrocesso institucional e o discurso de

⁵⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKjo-3gvciG/>. Acesso em: 26/07/2025.

criminalização da luta por igualdade de gênero.⁵¹ No palco do Sol y Sombra, a banda *La Guaca-Maya* não só esclareceu e se posicionou contra as atuações da liderança política do país vizinho, como também agradeceu o espaço aberto à sua manifestação, além de levar o público da noite à participar de uma espécie de festa à resistência. Situações como a descrita acima, articulam noções de política, ativismo, identidade (Hall, 2003) e de “latinidade”.

Antes de continuarmos narrando os desdobramentos e as análises que fizemos destes conceitos de maneira empírica nos locais estudados, trazemos nosso segundo espaço/ sujeito de estudo para apresentação.

4.2 “Centro Cultural Afrika – um pedaço da Afrika, fora do continente”

Partindo para o segundo espaço analisado nesta tese, trazemos Yannick Delass, músico e produtor cultural que, em uma entrevista⁵², se apresenta como congolês de nascimento com o acúmulo de várias identidades dos lugares por onde andou e das conexões que foi construindo em seu trajeto. Ele afirma possuir muitas cidadanias, em uma autodefinição que ele diz ser de “adoção”. Yannick nos explica que ele adota um país e que os países o adotam e que, segundo ele, isso dá o direito de ter uma nacionalidade, mesmo afirmando após esta explicação, que é congolês de nascimento e de sangue.

Localizado na Rua Major Diogo, 518, próximo ao Viaduto Júlio de Mesquita, via elevada que faz a ligação com as áreas Leste – Oeste da capital paulistana, o Centro Cultural Afrika (atualmente Bar Piuss) ocupa um sobrado, com evidências pelo piso e pela distribuição dos cômodos, que ali já foi uma residência e que foi adaptado para hoje ser um estabelecimento comercial. Pereira, Bras e Avelar (2024) lembram que a obra que deu origem ao viaduto Júlio Mesquita, fraturou a região em duas partes nos anos 1960 e elaborou uma espécie de cicatriz no bairro, trazendo ainda

⁵¹ Disponível: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/em-alerta-por-ameacas-e-retrocessos-feministas-argentinas-marcham-contra-politicas-de-milei/>; Acesso em: 27/06/2025.

⁵² A entrevista foi concedida a alguns integrantes do URBESOM, e está disponível na plataforma *Multicartografias das Cidades Musicais*, disponível em: <https://multicartografias.com.br/>
Último acesso em: 10/03/2025

desconexão de vias para pedestres, degradação urbana e esvaziamento – vistos ainda hoje – em seus baixios e arredores.

Em uma entrevista concedida por Yannick para o Grupo de Pesquisa URBESOM, no CCA (atualmente Piuss Bar), em uma tarde de um dia de semana, o produtor cultural nos conta que o Centro Cultural Afrika nasceu de uma angústia e não se tratou de um projeto idealizado “de forma muito feliz”. Nesta afirmação inferimos que a decisão de prover cultura e viver de sua arte deveria ser uma escolha; porém ao longo da entrevista e em muitas oportunidades que traremos mais adiante, fica claro que para além da promoção e propagação da cultura, também há um posicionamento de resistência na tentativa de se posicionar e dar visibilidade as suas narrativas e interesses, pautados principalmente em suas questões identitárias. Ele relata que para as pessoas que atualmente frequentam o CCA, isso não transparece, porque eles são felizes e há uma sensação de felicidade ali; mas isso se dá pelo fato de eles terem conseguido transformar essa angústia, em o que ele chama de revolução e não em motivo de choro e reclamação. Yannick explica que essa angústia foi utilizada como um elemento acelerador, capaz de proporcionar uma espécie de motivação para combater aquilo que o atrapalhava e o incomodava.

Contando como se deu sua carreira e trajetória quando chegou em São Paulo, o músico narra que começou a perceber através das perguntas e do interesse do público, dúvidas e curiosidades sobre a imigração africana contemporânea e quais eram os entendimentos dos brasileiros em relação aos africanos, como sujeitos e como artistas. Diante disto, Yannick relata que decidiu começar a resolver estas dúvidas e este interesse, com a criação de projetos culturais que trouxessem estas respostas de forma mais ampla. Ele nos conta que em uma oportunidade criou o projeto “Congo Ancestral” que consistia em, através de eventos musicais, compartilhar informações sobre vários países da África. Em seu perfil de uma plataforma digital, o Congo Ancestral se apresenta como um “evento cultural de essência africana cujo objetivo era divulgar a arte e a cultura africana na cidade de São Paulo e no Brasil em geral, assim como também promover a diversidade cultural e as raízes africanas”⁵³.

Retomando o relato em relação a angústia que Yannick afirma ter sido um dos elementos que motivaram a criação do CCA, o músico nos conta uma situação que aconteceu em 2017, onde fez uma participação em uma das edições da Virada

⁵³ Disponível em: <https://www.facebook.com/Congoancestral>. Último acesso em 10/03/2025.

Cultural⁵⁴, em um “palco péssimo, com som muito ruim”, diz ele, com o nome de “Palco dos Refugiados”. Ele explica que ficou mais evidente sua revolta e seu desconforto, quando ao presenciar um diálogo entre um espectador e uma musicista cubana, entendeu que ser tratado como refugiado e não como imigrante era uma maneira de ser diminuído como sujeito, além de ser uma forma de exaltação dos ciclos históricos de imigração que construíram a cidade de São Paulo: italianos, japoneses e espanhóis. Yannick afirma que ser refugiado, para ele, remete à situação de ser alguém necessitado; já o imigrante é alguém ambicioso, alguém que em suas palavras, “saiu para conquistar outras coisas, para ganhar o mundo”.

Pausamos aqui os relatos de Yannick - sobre como se deu o processo de idealização e a tomada de decisão sobre a criação do CCA - para incluir quando e como conhecemos o músico: em 2017, eu e integrantes do grupo de pesquisa URBESOM já estávamos em constante contato com o território do Bixiga, por conta das nossas pesquisas em andamento naquela época. O espaço Al Janiah – bar, restaurante e centro cultural palestino – já vinha sendo pesquisado por integrantes do grupo (Avelar, 2019). Em meados de 2016, o espaço tinha em sua programação a noite dos refugiados⁵⁵ que consistia em abrir suas instalações para que imigrantes refugiados fizessem comidas oriundas de seus países para serem comercializadas ali; e parte da renda era destinada a apoiar estas pessoas. Conhecemos Yannick em uma destas noites e ele mesmo comenta, em mais de uma oportunidade, que o palco do Al Janiah tem um papel importante em sua história. Trazer este dado aqui é

⁵⁴ A Virada Cultural em São Paulo é um festival gratuito de cultura de 1 dia, que acontece na capital paulistana desde inícios dos anos 2000. No endereço eletrônico da Prefeitura, se define como “atrações em espaços públicos, equipamentos municipais e centros culturais parceiros, que evidencia a vocação da cidade como um dos principais polos de arte e cultura do mundo, com muita música, dança, teatro, performance, artes visuais, saraus, cultura popular, circo, dentre outras manifestações artísticas”. Disponível em: <https://capital.sp.gov.br/w/noticia/interessados-podem-enviar-projetos-artisticos-para-participar-da-virada-cultural-ate-o-dia-28-de-janeiro#:~:text=Prefeitura%20de%20S%C3%A3o%20Paulo,-Menu&text=Em%20sua%2019%C2%AA%20edi%C3%A7%C3%A3o%2C%20que,seu%20projeto%20art%C3%ADstico%20clicando%20aqui.&text=Sorria!,1%20%2D%201%20de%202%20resultados>. Último acesso em 03/2025.

⁵⁵ Disponível em: <https://projetocolabora.com.br/ods9/quando-os-refugiados-entram-em-cena/>; Disponível em: <https://saopaulosao.com.br/no-bixiga-o-al-janiah-e-mais-do-que-um-restaurante-comandado-por-refugiados-palestinos/>; Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/cozinha-sem-fronteiras-refugiados-palestinos-fazem-sucesso-em-restaurante/?srsltid=AfmBOoqHCgoNoQcl9TJA0Y8KMieVivF5plfm3g9Tcme1f5D3W5zZAc3O>. Acessos em: 27/06/2025.

necessário, já que, em princípio, não tínhamos a percepção como pesquisadores que havia um desconforto, por parte de Yannick, em ser visto como um refugiado. Isso só foi percebido durante a entrevista concedida em 2024. Sem menosprezar o desconforto e a opinião que o músico expressa sob a condição de refugiado, que na opinião dele é algo pejorativo, contrapomos que para o Estado brasileiro, trata-se de uma categoria de imigração legal.

Retomamos o diálogo com Yannick, que apresenta seu ponto de vista sobre o cenário de imigração, contando que há muitos contextos e desafios para as pessoas nesta condição. O produtor cultural conta que, entre outros motivos, gostar da cultura brasileira e gostar de futebol, foram motivadores para que ele decidisse vir para São Paulo. Motivadores diferentes, segundo ele, dos imigrantes que participaram da construção da metrópole paulista no século XIX e início do século XX, que, segundo ele, foi a fuga de uma Europa miserável em um cenário de guerra e a busca por melhores condições de vida. Ainda no tema que aborda seu desconforto em ser chamado de refugiado, o músico explica que, pelo fato de seu país de origem possuir muitas fronteiras, tem conhecimento sobre as questões relacionadas ao refúgio e ao recebimento em seu país de pessoas nestas condições. Afirma não conseguir entender por que um imigrante congolês pode ser chamado de “refugiado africano”. Entre outras situações além desta, o músico explicou que passou a perceber que os brasileiros têm um interesse pelos “gringos”, e que então passou a se apresentar como um “músico gringo”, não mais um imigrante e, em hipótese alguma, como um refugiado. Mais uma vez, esclarecemos que não se trata de invisibilizar o desconforto que Yannick relata e sua opinião sobre o uso da classificação de refugiado; porém é importante trazer à tona que, ao comparamos como duas classificações “músico gringo” e “imigrante/ “refugiado”, não podemos desconsiderar que há implicações relacionadas ao preconceito de raça e de classe social na utilização de tais usos.

Partindo do que o músico chama de “uma espécie de angústia”, pensou em algo que fosse “revolucionário” e criou o projeto Gringa Music no espaço Al Jannah, mas que era também um palco móvel onde se apresentava música imigrante, segundo o músico, de alta qualidade. O evento aconteceu entre 2017 e 2019 no qual uma vez por semana, proporcionava em seu palco uma apresentação musical de algum artista ou “grupo migrante residente ou que estivesse de passagem pela cidade de São Paulo: de música japonesa à salsa latina, passando por jazzistas da África do Sul, ou

por bandas de *viento* peruanas” (Pereira, Bras e Avelar, 2024). No site da Prefeitura de São Paulo, em uma publicação da época (2018), o Gringa Music é apresentado como “uma programação incrível com produções musicais de imigrantes residentes em São Paulo, no intuito de promover a diversidade cultural na cidade”.⁵⁶ Em um artigo que conta a trajetória de Yannick e o CCA, Pereira, Bras e Avelar (2024) explicam que com o projeto Gringa Músic, Yannick conseguiu ser contemplado pelo Edital do Programa de Ação Cultural (PROAC)⁵⁷, e o próprio produtor explica, em mais de uma oportunidade, que esta iniciativa foi de extrema importância para as primeiras ideias sobre a criação de um espaço próprio, uma espécie de sede, como contaremos a frente.

Yannick detalha que este movimento fez com outras casas comesçassem a abrir suas portas para eles, pelo fato de perceberem que o que estavam fazendo estava dando certo; e que o movimento foi sendo copiado e que deu mais abertura para a música latina e para a música africana, por exemplo, que até então não tinham espaço para se apresentar em palcos na cidade. Reforça que quem mais teve este espaço foram os produtores da música latina, até mesmo pela proximidade geográfica com o Brasil. Em sua narrativa, afirma que neste contexto, diante de tanta demanda e de tantas bandas, veio a necessidade de um espaço fixo, culminando na criação de uma espécie de “sede da música do mundo”. Assim, em 2021, nasce o Centro Cultural Afrika que inicialmente seria um espaço de música do mundo, com o objetivo de trazer aos brasileiros a produção musical dos imigrantes, em um espaço de conexão. Após alguns estudos, segundo ele, optou por restringir o escopo de atuação e focar na África e não no mundo, pelo menos em seu início.

Na entrevista, o produtor alega um problema e tensiona a definição do CCA como espaço para assuntos majoritariamente da cultura africana, pois afirma que na cultura brasileira, os “pretos não querem se misturar com os brancos”. Porém, deixa claro sua opinião, afirmando que isto é um posicionamento dos brasileiros e que no

⁵⁶ Disponível em: <https://capital.sp.gov.br/web/cultura/w/bma/programacao/24305>. Último acesso em: 10/03/2025.

⁵⁷ Nas plataformas sociais o ProAC é definido como um programa criado para incentivar a produção artística e cultural do Estado de São Paulo. Além da promoção da diversidade cultural, a publicação argumenta que o programa contribui para a inovação artística e para o fortalecimento das redes colaborativas entre os agentes culturais. Disponível em: [https://www.cultura.sp.gov.br/sec_cultura/Fomento/Programa_ProAC_\(Editais\)#:~:text=O%20Programa%20de%20A%C3%A7%C3%A3o%20Cultural,art%C3%ADstica%20e%20cultural%20no%20estado](https://www.cultura.sp.gov.br/sec_cultura/Fomento/Programa_ProAC_(Editais)#:~:text=O%20Programa%20de%20A%C3%A7%C3%A3o%20Cultural,art%C3%ADstica%20e%20cultural%20no%20estado). Último acesso: 12 de maio de 2025.

CCA todos, independente de cultura, cor ou nacionalidade, são sempre bem-vindos. Isso evidencia uma tentativa de não se aprofundar ou envolver discussões e questões raciais, talvez por uma estratégia de posicionamento como estabelecimento comercial que recebe a todos. Novamente, trazemos aqui um contraponto às falas e opiniões do produtor cultural: a afirmação de que na cultura brasileira os pretos não querem se misturar com os brancos, além de polêmica, traz um emaranhado complexo sobre as questões de classe social, de raça e de autopercepção sobre sua identidade. Dialogamos com a proposta de Pinheiro (2023), sobre racistas e antirracistas:

Angela Davis nos ensinou que, mais que não ser racista, é preciso ser antirracistas..., mas compreendo que no Brasil existe uma impossibilidade inserida nessa fase. Não é possível não ser racista em um país estruturalmente racista. Pessoas brancas no Brasil, são racistas e pessoas negras reproduzem o racismo, inevitavelmente internalizado – contra elas mesmas... Nós, pessoas negras, não somos racistas; aprendemos a nos odiar a partir do ódio dos outros... aprendemos a nos subalternizar a partir de uma construção subjetiva através de um espelho quebrado.... (Pinheiro, 2023, p.57)

Talvez, a afirmação que Yannick faz, de que na cultura brasileira os pretos não querem se misturar com os brancos, mas que no CCA todos são bem-vindos, seja uma maneira de dizer que há dificuldades nas relações para além das questões identitárias, por conta do racismo estrutural da cultura brasileira. Ao afirmar que, independentemente disso, todos são bem-vindos, o produtor cultural evidencia que há tensões, mas talvez por estratégia, não se manifeste mais abertamente sobre o tema.

Com uma variação de estilos musicais que contempla entre outros, o funk, o rap, o forró e o jazz, o CCA contam com seus perfis nas plataformas sociais como estratégia de divulgação de suas programações. Com postagens que trazem informações técnicas sobre os eventos, o CCA alterna suas publicações com vídeos, e trechos dos shows e das participações dos públicos em seus eventos (compartilhando as publicações do público). Deixa claro que há de fato um interesse e uma curadoria que promove a variedade cultural, reforçando as diferenças identitárias através da variedade de gêneros musicais, como um critério de seleção pela escolha de um determinado evento, na noite paulistana. Pereira, Bras e Avelar (2024) afirmam ainda que o CCA se mostra - em suas atividades e programação - como expressão de uma “amefricanidade” à luz de Lélia Gonzales; ou seja, longe de uma busca por representar uma africanidade mítica, primal ou rural, pretensamente

original e pura, traz as musicalidades afrodiáspóricas e transoceânicas como mote de sua existência, apresentando jazz, afrobeat, música africana urbana, rap, forró, cumbia, samba, entre outros gêneros e ritmos frutos das diásporas afroatlânticas.

Figura 9 - Postagens e Publicações



Fonte: Perfil do CCA no Instagram⁵⁸⁵⁹

⁵⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/DleNOllsPny/?img_index=1. Acesso em: 27/06/2025.

⁵⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DFp49xkuytg/>. Acesso em: 27/06/2025.

Figura 10 - Postagens e Publicações



Fonte: Perfil do CCA no Instagram⁶⁰⁶¹

Além de uma programação musical bastante variada, o CCA também traz elementos em suas atividades que invocam as questões identitárias para além das relações musicais, como o convite para experimentarmos a deliciosa cozinha *Malewa*, as publicações sugerem uma proximidade cultural para além da gastronomia. O termo *malewa*, segundo o músico, é usado em algumas regiões africanas para se referir a uma “comida gostosa, do dia a dia”, que atenderia a grandes “fomes”, correlacionando uma boa quantidade, saciedade e principalmente um alto sabor. Yannick nos disse que em sua “terra” há lugares especializados em oferecer a cozinha *malewa* e que para facilitar nossa compreensão, esta referência seria algo próximo ao que temos aqui na cidade de São Paulo, quando pensamos em restaurantes que oferecem um bom “PF” – abreviação para nos referirmos a um prato feito, comumente composto por arroz, feijão, salada, batata frita e um bife de carne. Segundo o músico, a referência de comida *malewa*, então, não está diretamente associada a ingredientes específicos ou a um modo de fazer que segue um rigor de receitas tradicionais, mas,

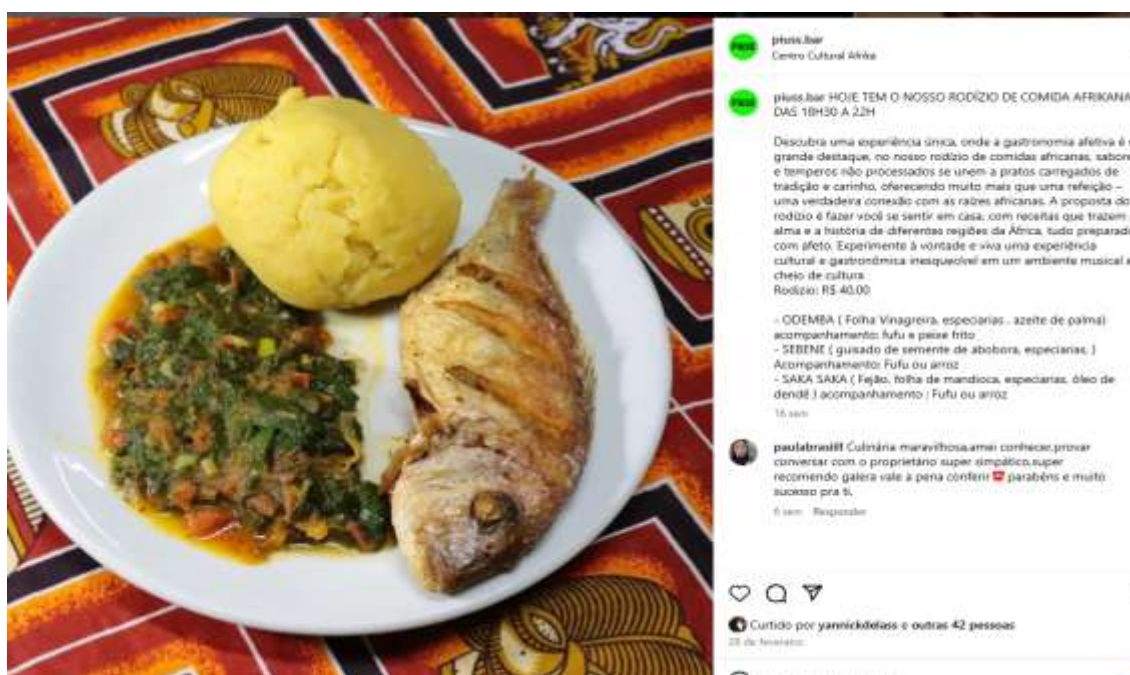
⁶⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DC2YG47POYB/>. Acesso em: 23/06/2025.

⁶¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CrnsLMuOQu3/?img_index=1. Acesso em: 23/05/2025.

a um conhecimento local, sobre modos de fazer e servir que remontam os hábitos e práticas africanas.

Esta conexão entre um elemento gastronômico associado a uma prática cultural local, onde há uma intenção de além de saciar grandes fomes, acolher e propiciar um ambiente familiar, também dialoga com as noções propostas por Canclini (2003) sobre a interculturalidade, onde as identidades não são fixas, mas constantemente reinventadas. Uma abordagem que nos permite compreender a proposta do CCA, ao ofertar uma comida que é feita por um músico, em um centro cultural africano, com o argumento de trazer um conhecimento ancestral e acolhedor, aqui na cidade de São Paulo, acionando determinadas tradições e recriando-as, reinventando-as por aqui.

Figura 11 - Postagens e Publicações



Fonte: Perfil do CCA no Instagram⁶²

4.3 Identidades, diferenças e a interculturalidade

⁶² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DGnwloasvXj/>. Acesso em: 18/05/2025.

Quando analisamos os depoimentos e narrativas dos produtores culturais do Centro Cultural Afrika e do Sol y Sombra, conseguimos visualizar o que Pereira e Pontes (2017) e Pereira *et al* (2021) nos explicam sobre as noções relacionadas às identidades, a partir de uma perspectiva que conecta a cultura, juventudes e práticas urbanas. Estes autores exploram e propõem uma reflexão sobre como as identidades são construídas em contextos urbanos e como estas identidades estão ligadas às práticas culturais, de consumo e de modos e estilos de vida alternativos.

Um conceito que também contribuiu para compreendermos a questão das identidades e das diferenças é o conceito de Canclini (2003) sobre o multiculturalismo e a interculturalidade. O autor nos explica que a noção de multiculturalismo pressupõe o reconhecimento e a aceitação das diferenças, porém esta noção pode ser insuficiente para analisarmos determinados fenômenos, pois pode não haver a conexão de fato entre os grupos, ou indivíduos, gerando segregação e favorecendo o surgimento de espaços fundamentalistas. Em contrapartida, quando nos explica sobre a interculturalidade, Canclini (2003) esclarece que ela também reconhece as diferenças, e já de largada o autor explica que ela não é harmoniosa, mas parte de tensões, disputas e conflitos. Reforça também que as identidades culturais não são fixas, mas constantemente reconstruídas e reinventadas, podendo gerar novos significados e novas formas de interação.

Vamos pausar os relatos relacionados aos SyS e CCA, para trazer um outro sujeito que tivemos a oportunidade de conhecer e de nos conectarmos para analisarmos diferenças - em certa medida e tomadas as devidas proporções – entre práticas de multiculturalismo e interculturalidade (Canclini, 2003). Para isso, importante contextualizarmos que em São Paulo, especificamente no Bixiga (não apenas no SyS), os termos “latino” e “latinidade” se referem a grupos sociais, práticas culturais, expressões musicais, e elementos gastronômicos referentes aos países da América Latina hispânica. Essa cena/circuito musical emergente traz a noção de uma “latinidade” complexa, polissêmica que se mostra em disputa (Pereira, 2015; Pereira e Santiago, 2014; Pereira e Herschmann, 2018; Pereira *et al*, 2024). Essa designação engloba diversos eventos, práticas culturais e comunicacionais, de entretenimento, de sociabilidade e construção de identidades. Ao utilizarmos o termo “latino” ou “latinidade”, faremos o uso das aspas como faz os autores citados acima, pois estamos tratando de categoria usada pelos próprios agentes a tudo o que se

refere à cultura e aos povos pertencentes aos países da América Latino-Hispânica e Caribe.

A partir de nossa cartografia/ etnografia pelo território, com destino aos sujeitos de pesquisa analisados - ou para estudarmos o entorno do Bixiga seja à noite ou durante o dia – tivemos a oportunidade de conhecer o espaço Velho Pietro. Em contato com este local, podemos comparar e visualizar o que Pereira e Santiago (2023) explicam, afirmando que embora ainda haja uma ideia de uma identidade “latina” única, posta sob o guarda-chuva da “latinidade” (Pereira; Santiago, 2014; Pereira, 2015), há muitas formas e sentidos de “latinidade” em disputa, com pautas mais ou menos comuns, sentimentos de pertencimento, entre os próprios latinos e entre os brasileiros.

Localizado na Rua Treze de Maio, n. 192, o Velho Pietro é uma casa noturna que possui duas pistas de dança separadas em dois andares; onde em seu mezanino estendido em uma espécie de terceiro piso, isolado do público, mora seu administrador e proprietário. Em seu perfil nas plataformas digitais, o Velho Pietro se apresenta como “a casa mais latina de São Paulo”⁶³

Com uma decoração que articula luzes e holofotes coloridos característicos de casas noturnas ou de ambientes de festas e “baladas”, o Velho Pietro traz uma estética típica de regiões litorâneas ou associadas ao conceito de 'tropical' (Pereira e Herschmann, 2018). No imaginário coletivo, essa estética está vinculada a uma representação 'latina', amplamente difundida pelas mídias por meio de simbologias e elementos visuais (Pereira e Santiago, 2023). Entre os principais componentes dessa ambientação, destacam-se palmeiras e coqueiros nas paredes e salões, o uso abundante de palha e corda, além de uma iluminação avermelhada e difusa — característica de espaços de festas, mas combinada com tons quentes e terrosos. Tijolos e telhas aparentes reforçam a sensação de um espaço praiano. Esse modelo estético, construído na cidade de São Paulo, exemplifica o que Pereira (2015) e Pereira e Santiago (2023) descrevem como uma noção de “tropical” formulada no norte global sobre o sul global, consolidando e compartilhando uma estética praiana/litorânea de latinidade. Essa noção “latina” associada à esta estética tropical, se mostra diferente, distante da noção de “latinidade” que visualizamos no Sol y Sombra.

⁶³ Disponível em: <https://www.instagram.com/velhopietro/>. Acesso em: 10/05/2025.

Figura 12 - Postagens e Publicações



Fonte: Perfil do Velho Pietro nas Plataformas Sociais⁶⁴

Quando nos concentramos nos gêneros e ritmos musicais, interessante perceber que há no Velho Pietro a promessa de ser “a casa mais latina” de São Paulo, mas sem necessariamente tocar e apresentar estilos e gêneros que tenham relação direta com isso. Isso porque observamos durante os eventos que, em uma das pistas o ritmo durante a noite foi o forró, também conhecido como forró universitário e a outras músicas das duplas e bandas sertanejas, também conhecidas como sertanejo universitário. Essa observação nos fez perceber que a oferta de “música latina” está mais diretamente relacionada com um estilo de consumo relacionado a um jeito de dançar, principalmente de dançar em par, algo próximo a uma possibilidade de exercer a dança de salão, do que propriamente ao consumo de uma música baseada em um gênero ou ritmo específico ou relacionado a determinados instrumentos ou países.

Percebemos também em nossas idas e observações ao campo, efetuadas em datas e dias de semana distintos e até mesmo durante o dia (o que possibilita uma interessante perspectiva de análise quando comparamos o Bixiga da noite com o da tarde, durante a semana), que o relacionamento entre o território e os sujeitos analisados, em algumas situações apresenta uma determinada rotina: no caso do público do Velho Pietro, que atualmente só abre aos sábados à noite, é muito comum vermos as mesmas pessoas em noites diferentes. Independente da chamada/propaganda, se a noite será uma festa típica – Halloween, por exemplo; ou,

⁶⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/velhopietro/>. Acesso em: 10/05/2025.

Festa *Descontrol* (um baile conduzido por vários DJ's) - é muito comum vermos os mesmos frequentadores, além de observarmos em dias alternados, que alguns frequentadores já se conhecem. Mesmo com uma variedade em relação à faixa etária – há uma predominância de pessoas que aparentemente estão acima de 35 anos -, não vimos no Velho Pietro muitos dos aspectos que presenciamos em outros agentes/sujeitos de cultura, ou nas atuações dos centros culturais Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika. Nestes dois últimos, percebemos: a) uma alternância ou permanência de públicos, de acordo com a proposta da noite ou artista a se apresentar; b) a presença de um público que procura passar por estes estabelecimentos nem que seja em busca de apenas conhecer o lugar, o que presenciamos em muitas oportunidades.

Há uma característica no Bixiga, que consiste num trânsito de pessoas e públicos por diferentes locais (bares ou locais de música), numa espécie de alternância (em alguns casos, quase que uma prática exploratória) de lugar ou da festa ao longo da noite / madrugada. Como comentado na descrição da metodologia desta pesquisa, esta característica só foi perceptível observando as entradas dos estabelecimentos visitados quando estávamos em campo, e nas caminhadas pelas ruas e nos arredores das casas, bares e festas, ao longo das noites que analisávamos o território, numa forma de etnografia móvel ou errante.

Um aspecto interessante que observamos ao acompanhar a atuação do Velho Pietro em suas plataformas digitais (Instagram) e ao participar dos eventos, é a ausência de outros produtores culturais durante o funcionamento da casa ou seguindo seu perfil ou publicações nas plataformas digitais. No caso do presencial, isso ocorre porque, nesse mesmo horário, eles estão ocupados em seus próprios estabelecimentos; no entanto, no Bixiga é comum encontrarmos outros agentes ou moradores envolvidos em diferentes iniciativas, festas e eventos, seja por hábito, por apreço ao local ou para prestigiá-lo — algo já mencionado em pesquisas anteriores como um exemplo da atuação em rede existente no bairro (Avelar, 2019; Bras, 2021).

Apesar disso, notamos que, mesmo no perfil do Instagram, os agentes, moradores e simpatizantes do Bixiga que acompanham diversas iniciativas não acompanham e aparentemente não interagem com o perfil do Velho Pietro. Embora essa observação possa ser influenciada por características da própria plataforma — que exhibe e estimula conexões com base em interações e algoritmos —, a ausência

de vínculos digitais reflete, de certa forma, a falta dos mesmos indícios das redes invisíveis que, em outras ocasiões, identificamos em festas, eventos e discussões sobre o território do Bixiga. Essas conexões, que costumam ser evidentes presencialmente, não foram observadas nem nos eventos físicos nem nas interações digitais.

Voltemos ao detalhamento das noções sobre multiculturalismo e interculturalidade (Canclini, 2005). A invocação de uma característica identitária, aqui neste caso, a da “latinidade” no argumento e nas tentativas de interações nos é cara para as diferenças nesta conceituação. Partindo da ideia de que as culturas não são compartimentos isolados, mas em constante transformação e diálogo, em constante proximidade com o território do Bixiga, se fazia necessário analisarmos um agente que se intitula como a casa mais “latina” de São Paulo e investigar se tal “latinidade” tem similaridades ou talvez divergências, com os dois outros sujeitos, Centro Cultural Afrika e Sol y Sombra.

Em certa medida, partindo da noção de interculturalidade, deveríamos encontrar nas trocas e práticas destes agentes, uma certa similaridade desta constante transformação e diálogo. Não podemos fazer tal afirmação apenas sob esta perspectiva, mas se o que apreendemos e visualizamos no exercício de campo e nos acompanhamentos das plataformas digitais do Velho Pietro fosse de fato uma prática intercultural, teríamos mais evidência das trocas, das negociações e dos resultados destas práticas. Porém, mesmo trazendo uma aproximação da noção de multiculturalismo que em princípio é utilizada para pensarmos as diferenças culturais em espaços urbanos, vimos mais uma evidência do que Canclini (2005) explica como sendo este aspecto multicultural: uma coexistência de diferentes culturas, em um mesmo espaço social, mas sem que haja interação, negociação ou confronto. Importante reforçar que não podemos simplificar estes dois conceitos a este exemplo; nem tampouco caracterizar que um determinado espaço cultural supostamente é, ou exerce/prática a interculturalidade ou a multiculturalismo; porém podemos afirmar que mesmo com a promessa de “casa mais latina” de São Paulo, as dinâmicas e o que é praticado ali é bastante diferente do SyS ou do CCA.

Não tendo apenas o uso de argumentos relacionados às questões identitárias que pudessem dar visibilidades a produção de cultura do Bixiga, outros fatos são convenientes para pensarmos a vasta produção de entretenimento ao longo dos anos

naquela região da cidade. Interessante dar visibilidade para o fato de que esta ampla e histórica produção de entretenimento e cultura no Bixiga, já tem lastro há muitas décadas e já foi objeto de interesse de outros pesquisadores em outros trabalhos. Desde os anos 1950 e 1960, muitos teatros ali se instalaram junto aos outros que já existiam (Teatro Brasileiro de Comédia, Oficina, Sergio Cardoso, Ruth Escobar, entre outros), trazendo uma vida boemia e cultural com a presença de estudantes, jornalistas, artistas e produtores culturais (Pereira, 2018). Pereira (2018) nos conta que esta vida boemia e cultural foi base para, já nos anos 1980, o território reúne pequenas casas de shows e lugares para apresentação de música e cultura independentes. Desde então há outras casas, bares e casas noturnas que já usaram como argumento algumas questões relacionadas às identidades, como uma espécie de chamariz e propaganda. Ainda assim, mostra-se de maneira diversa às dinâmicas de produção de cultura relacionadas às diferenças e identidades, que visualizamos nos espaços de cultura SyS e CCA.

Nos primeiros contatos que tivemos com o Velho Pietro, em princípio, estávamos à procura do que Pereira, Bras e Rodrigues (2023) explicam em seu diálogo com Hall (2000), sobre as lógicas globais ligadas a certo fascínio por outridades e articuladas às dimensões culturais da globalização que clama por diversidade, autenticidade, localismos e até exotismo; mas rapidamente notamos que, estes elementos não se apresentaram. O que vimos é que havia uma busca pelo entretenimento, pautado na prática da dança de salão, em um ambiente relativamente seguro e em certa medida, familiar e até afetuoso. Em que pese as divergências ou melhor, a ausência destas características mencionadas no uso de uma suposta “latinidade” imaginada; ali visualizamos um outro tipo de “latinidade”, ou até mesmo de uma suposta estética “latina” que não nos cabe questionar, mas que reforça ainda mais a característica do território do Bixiga como uma trama densa, complexa e bastante rica.

Outra informação resultante do trabalho de campo, é que na observação e análise das práticas culturais que visualizamos no Velho Pietro, podemos afirmar que não se trata de uma produção de consumo baseada na invocação de suas características identitárias no exercício da cultura como recurso. Por mais que o proprietário do Velho Pietro tenha nos contado que é filho de imigrantes que vieram do interior do estado para trabalhar na cidade de São Paulo, tal característica ou

invocação identitária não interfere ou aporta em seu modo de interação e convívio com seu público e com o território. E isso se mostra diferente do que já comentamos sobre o SyS e o CCA.

Esta ponderação se faz necessária para pontuarmos do que não estamos falando: por mais que argumentos como “a casa mais latina da cidade” ou até mesmo “o bairro mais italiano de São Paulo” sejam importantes e tenham visibilidade no senso comum e no imaginário da cidade e, portanto, merecendo análise, não estamos falando da mesma coisa quando falamos das questões identitárias invocadas pelo SyS e pelo CCA.

Por fim, na oportunidade de contato com o Velho Pietro também há um ponto que diverge das práticas comerciais e econômicas que analisamos nos sujeitos SyS e CCA: por mais que estejamos falando de uma casa noturna, um espaço de festa e entretenimento, com uma propaganda que remete a uma “latinidade”, podemos afirmar que se trata de uma prática comercial não exatamente vinculada às noções de economia criativa, que além de gerarem valor financeiro e econômico, produzem geração de valor para além do cultural simbólico.

4.4 As identidades como uma ferramenta para o negócio – uma criatividade econômica

Em princípio se faz necessário explicar que o que estamos chamando de modelo de negócio, não se refere aos formatos tradicionais e administrativos formais, compreendidos nos estudos sobre Administração de Empresas, como área do conhecimento.

Pautados em suas convicções, fazendo uso e conscientes das complexidades identitárias que abarcam os grupos nos quais estão inseridos, os espaços de cultura SyS e CCA produzem e divulgam cultura através de um modelo de negócio que em princípio nos remete a uma outra forma de exercitar sentidos de economia criativa, questão que vamos debater neste subitem.

Segundo o SEBRAE⁶⁵, um dos primeiros passos para alguém que queira abrir um negócio deve ser identificar como seu negocia cria, captura e entrega valor para

⁶⁵ SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro pequenas empresas– aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões.

seus clientes. Com vários modelos ou planos disponíveis, a entidade oferece cursos para apoiar as pessoas que se arriscam nesta empreitada. Resumindo o que estes conteúdos auxiliam e apoiam, chegamos em algumas orientações para alguém que queira empreender, ou, abrir um negócio: a) definir o que será feito/vendido; b) definir quem será este público consumidor e quais as melhores práticas para se relacionar com ele; c) definir como isto será feito, quais as principais atividades, recursos ou parceiros para a operacionalização dos itens a e b; d) definir quanto precisa ser investido para viabilizar este plano, já mapeando uma estrutura de custos e quais as receitas para o futuro. Importante dizer que nem todo modelo de negócio visa o lucro; entidades sem fins lucrativos ou organizações comunitárias, por exemplo, usam modelos de atuação e gestão que não necessariamente visam um resultado financeiro. Mintzberg (2004), em suas discussões sobre gerenciamento de negócios, reforça a importância de equilibrar os objetivos financeiros com os éticos e sociais, enfatizando que as organizações devem servir às sociedades e não apenas aos interesses econômicos.

Dada a variedade de planos sobre como pode-se criar e gerir um negócio, de maneira geral, podemos afirmar que os sujeitos que aqui analisamos – SyS e CCA – cada uma a sua maneira produzem cultura inseridos em uma espécie de formato ou modelo, o qual estamos buscando compreender. Entretanto, visualizamos em muitas oportunidades durante a pesquisa realizada, alguns sinais de precariedade e até mesmo dificuldade nestes espaços, quando analisamos apenas pelo prisma financeiro mercadológico formal: não é sempre que as casas têm público e já tivemos oportunidade de participar de uma apresentação no CCA, por exemplo, com menos de dez pessoas na plateia. Telles (2011) nos apresenta em seu conceito de viração, as estratégias cotidianas de adaptação e sobrevivência das populações urbanas menos favorecidas. As práticas informais, criativas e improvisadas são desenvolvidas por quem tenta lidar com as dificuldades e incertezas dos contextos urbanos, o que nos permite traçar um paralelo com as dificuldades que artistas atravessam ao tentar viver de suas artes. Em uma notícia no site da agência Brasil – portal com informações políticas e econômicas, em janeiro de 2025 - 39,5 milhões do total de 103 milhões de

trabalhadores no país trabalhavam sem carteira assinada ou sem o CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.⁶⁶

Ainda que os espaços/agentes culturais Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar) estejam formalmente inseridos no sistema institucional brasileiro — com registros na Receita Federal, cadastros na Junta Comercial e contratos sociais que lhes conferem personalidade jurídica — suas práticas cotidianas revelam uma lógica que se aproxima da noção de viração, tal como formulada por Vera Telles (2011). Trata-se de uma dinâmica de enfrentamento constante às barreiras estruturais e à escassez de recursos, na qual a formalidade institucional convive com estratégias informais de sustentação e sobrevivência. Mesmo dentro do “sistema”, esses coletivos operam segundo uma racionalidade marcada pelo “fazer o corre” — expressão recorrente nas periferias urbanas que sintetiza o esforço intensivo, criativo e contínuo de trabalhadores para garantir a renda e o funcionamento de suas iniciativas. Essa tensão entre formalização e informalidade revela um tipo de empreendedorismo cultural periférico, no qual a legalidade é instrumental, mas não suficiente para assegurar estabilidade ou reconhecimento. Assim, a economia criativa praticada por esses agentes se dá nos interstícios do sistema, como forma de resistência e invenção social diante das dificuldades econômicas e das fragilidades institucionais.

Esta lógica também nos permite dialogar com Casaqui (2017) em sua crítica à cultura da inspiração, sobre as narrativas institucionais e midiáticas que romantizam e exaltam o esforço individual como uma virtude, promovendo modelos de sucesso baseados em motivação e empreendedorismo motivacional. Essas retóricas despolitizam a precariedade e deslocam a responsabilidade da coletividade para o indivíduo, naturalizando desigualdades estruturais.

Nos espaços/sujeitos de cultura Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), essa tensão é vivida concretamente: eles operam na lógica da viração, enfrentando obstáculos com criatividade e solidariedade, mas resistem à romantização inspiracional de suas trajetórias, reafirmando que “fazer o corre” e viver a partir da produção e propagação de cultura, não é um projeto motivacional de

⁶⁶ Disponível em: [https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2025-02/informalidade-recua-no-mercado-de-trabalho-em-janeiro-diz-ibge#:~:text=A%20taxa%20de%20informalidade%20recuou,basicamente%20nos%20empregos%20sem%20carteira%E2%80%9D](https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2025-02/informalidade-recua-no-mercado-de-trabalho-em-janeiro-diz-ibge#:~:text=A%20taxa%20de%20informalidade%20recuou,basicamente%20nos%20empregos%20sem%20carteira%E2%80%9D.Último acesso em 20/03/2025.). Último acesso em 20/03/2025.

autoajuda, e sim uma prática política de invenção e sobrevivência coletiva. O que na prática está intimamente conectado com uma proposta de economia criativa que sirva ao território se opondo à lógica do mercado.

Portanto às práticas dos agentes /sujeitos SyS e CCA (atualmente Piuss Bar) estão respaldadas nas noções de Leitão (2024) que propõe uma virada epistemológica: da estética da superação para a ética da colaboração. Os agentes culturais do Bixiga, ao operarem na lógica do “fazer o corre”, não são empreendedores inspiracionais; são criadores insurgentes, que encarnam os princípios de cidadania, bem viver e diversidade cultural.

Segundo a Receita Federal⁶⁷, o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica é o registro que identifica as empresas e organizações. Entre outras coisas, é fundamental para poder operar legalmente, emitir notas fiscais, ter acesso a crédito, cumprir obrigações fiscais, garantir credibilidade no mercado, acompanhar movimentações financeiras e verificar se as empresas estão pagando os tributos corretamente. Em um conteúdo aos clientes que questionam o que é um CNPJ, o site de uma instituição financeira brasileira explica que assim como o CPF – Cadastro Pessoa Física é a identidade de um cidadão, o CNPJ seria a identidade da empresa⁶⁸.

No endereço eletrônico da Junta Comercial do Estado de São Paulo⁶⁹, através de uma consulta pública, é possível localizar o cadastro de ambos os espaços analisados: SyS e CCA. Entre as finalidades cadastradas como sendo “venda e comercialização de bebidas, restaurantes e similares”, ambos possuem uma das finalidades em comum: bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento. Nas programações destes espaços, há muitos formatos que giram em torno da produção e compartilhamento da cultura como um todo, em

⁶⁷ Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil é um órgão específico, singular, subordinado ao Ministério da Fazenda, exercendo funções essenciais para que o Estado possa cumprir seus objetivos. É responsável pela administração dos tributos de competência da União, inclusive os previdenciários, e aqueles incidentes sobre o comércio exterior, abrangendo parte significativa das contribuições sociais do País. Disponível: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/aceso-a-informacao/institucional>. Último acesso em: 25/03/2025.

⁶⁸ Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/cnpj-o-que-e-cadastro-nacional-da-pessoa-juridica/>. Último acesso em: 25/03/2025.

⁶⁹ A Junta Comercial é um órgão público que tem como responsabilidade realizar e armazenar os registros de atividades ligadas a empresas e sociedade empresarias. É na Junta Comercial que é feita a formalização sobre o nascimento /criação das empresas, através do registro do contrato social que rege esta formalização. Disponível em: https://www.jucesponline.sp.gov.br/Pre_Visualiza.aspx?nire=35233057128&idproduto=. Acesso em: Disponível em: https://www.jucesponline.sp.gov.br/Pre_Visualiza.aspx?nire=35233834361&idproduto=. Último acesso em 25/03/2025.

suas atividades: lançamento de livros, exibição de filmes, festas com temáticas regionais ou festivais de estilos musicais. Mas um elo de extrema importância que orbita como protagonista nestas abordagens é a música. Interessante que a produção, compartilhamento e até comercialização da música está abarcada na característica formal de “estabelecimento especializado em servir bebida, com entretenimento”.

Figura 13 - Cadastro na Junta Comercial

CENTRO CULTURAL AFRIKA LTDA			
Nire Matriz 35233057128		Tipo de Empresa LIMITADA UNIPessoal (M.E.)	
Data da constituição 22/03/2022	Início de atividade 29/03/2018	CNPJ 30.067.915/0001-85	Inscrição Estadual
Objeto Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento Comércio varejista de bebidas Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios Comércio varejista de discos, cds, dvds e fitas Restaurantes e similares Existem outras atividades			

Fonte: Junta Comercial de São Paulo

Figura 14 - Cadastro na Junta Comercial

SOL Y SOMBRA BAR E RESTAURANTE LTDA			
Nire Matriz 35233834361		Tipo de Empresa LIMITADA UNIPessoal (M.E.)	
Data da constituição 09/08/2023	Início de atividade 30/05/2019	CNPJ 33.782.907/0001-09	Inscrição Estadual
Objeto Restaurantes e similares Comércio varejista de bebidas Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento			

Fonte: Junta Comercial de São Paulo

Inicialmente, concordamos com a afirmação de Fernandes e Herschmann (2016 e 2018), que nos explicam que uma “cidade musical” é construída não necessariamente com apoio institucional formal, mas feita pelos atores no cotidiano. Ou seja, são as pessoas os agentes/atores do dia a dia, de determinado território que contribuem para noção ou classificação sobre determinado local ou cidade ser adjetivado ou nomeado como musical. Em segundo lugar, dialogamos com Valente (2017) que nos apresenta em seu trabalho sobre música e comunicação, argumentos de que a música é parte constitutiva de diversas linguagens de mídia, e seu alto potencial expressivo parece constituir a linguagem predominante da vida cotidiana. Trazemos também as contribuições de Pereira e Borelli (2015) que nos explicam que as práticas musicais exercidas por juventudes nos cenários urbanos, estão em completa articulação com sentidos de socialidade e sociabilidades, consumo, visões e escutas do mundo e produção de afetos.

Assim, afirmamos que a produção e distribuição de cultura nos espaços SyS e CCA, segue uma lógica de, através da música como mote (chamada nos moldes tradicionais⁷⁰ de fazer negócios de produção de entretenimento), estes agentes usem esta produção cultural e de entretenimento para divulgar suas práticas identitárias, fazendo deste modelo um tipo, uma outra forma de economia criativa.

⁷⁰ Estamos aqui usando uma definição de modelo de negócio tradicional, para de forma simples nos referirmos a um formato difundido pelas explicações de entidades como SEBRAE, por exemplo, onde compartilham noções e boas práticas de como estruturar um negócio, comércio ou atividade, mapeando todos os passos na atividade de empreender.

Importante retomar que este ponto em comum com a maneira de compartilhar cultura, através da música, sinaliza e evidencia de que exercício de economia criativa estamos ancorados na construção desta tese: uma economia criativa que além da geração de renda, ao mesmo tempo promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (Leitão, 2024).

Retomamos aqui o que Lucas Pereira (gestor do SyS) nos disse sobre sentir falta de um espaço, um bar “latino”, com um posicionamento político à esquerda na cidade de São Paulo. Yannick Dellass (do CCA), nos contou que além de uma angústia relacionada às noções da nomeação de imigrantes e refugiados, as dúvidas, o interesse do público sobre a imigração africana contemporânea e o entendimento dos brasileiros em relação aos africanos, como sujeitos e como artistas, foram uma espécie de mote inicial para a criação do CCA. As afirmações relatadas pelos produtores culturais, nos dão a impressão de que ambos os estabelecimentos não foram modelos de negócios ou empresas que nasceram primeiramente, de uma iniciativa ou de um interesse meramente econômico ou financeiro. Claro que esta característica além de legítima, não pode ser desprezada, mas a questão é que o surgimento dos estabelecimentos contou em sua gênese, com elementos relacionados às noções de pertencimentos e suas visibilizações na cidade; elementos relacionados às complexidades imbricadas na possibilidade que estes sujeitos têm de ressaltar, dar visibilidade e invocar suas características identitárias.

Ou seja, foram as suas dinâmicas identitárias e um ativismo ligado a elas (com diferentes maneiras de expressão e materialização) e todo o universo relacionado as suas pautas, posicionamentos e maneira de se relacionarem com o entorno e consigo, que fizeram e fazem com que o SyS e o CCA dessem início e prosseguimento aos seus modelos de negócio e atuação. Modelos estes que, além de se valerem do uso da cultura como recurso, não apenas econômico e financeiro, se valem do uso da cultura como recurso simbólico. Contribuindo não apenas para o fortalecimento de suas estruturas e estabelecimentos, mas contribuindo com seu entorno, com o território do Bixiga.

A partir de tomada de decisão sobre suas formações e o início das suas atividades, a maneira com que os sujeitos analisados começam a pôr em prática seus modelos e estilos de “negócio”, temos início outra lógica de exercer práticas de economia criativa. Uma economia criativa onde um bar/casa noturna, que também

entre outras coisas, tem em seu faturamento uma receita com a comercialização de bebidas, escolhe não cobrar pela água, como determina o SyS, na imagem abaixo:

Figura 15 - Bebedouro Gratuito



Fonte: A autora (2022)

Um modelo de economia criativa pautado em uma outra lógica da invocação da cultura como recurso, que dialogue com a noção de insurgência apresentada por Seldin (2015): como práticas coletivas de posicionamento contra a ordem estabelecida, marcada pela lógica do consumo.⁷¹

Além do exemplo acima, visualizamos esta maneira de interagir e de promover a comercialização da cultura, em outras situações, como a partir de um evento voltado ao apreço pelo futebol, em ações incentivando e apoiando os produtores e artistas independentes que criam zines, pintam quadros à mão, fazem canecas, divulgação de trabalhos autorais, enfim, de variadas formas e em múltiplas oportunidades⁷².

⁷¹ Em um artigo que discorre sobre esta noção, Seldin (2015) apresenta um estudo de caso na cidade de Berlim, que chamou de Insurgências Urbanas. Disponível em: file:///C:/Users/Milena/AppData/Local/Microsoft/Olk/Attachments/00a-3da1df21-9a9a-4dba-9939-6ecd7b281173/88e9423d0590053955e1135e54105db38586ff4618ec2b04e7e2f23bc3953f7a/Claudia_Seldin_artigo_Praticas_Culturais.pdf. Acesso em: 01/04/2025.

⁷² Disponível em: https://www.instagram.com/p/DFpzNH4sHq3/?img_index=1. Último acesso em: 07/05/2025.

Estas práticas implantadas em seus estabelecimentos, são práticas econômicas pautadas neste outro formato de economia criativa que dialoga com o que discorreremos no segundo capítulo desta tese: uma economia criativa pensada a partir de um ato gerador de valor simbólico, elemento central na formação de preço e que resulta em produção de riqueza cultural e não apenas econômica. Uma economia criativa pautada em lógicas e práticas que resultam além de riqueza econômica e cultural, em sentidos interculturais que propõem diálogos, negociações e alinhamentos onde as diferenças podem ser reconhecidas, através de uma possibilidade de convivência mais criativa e mais democrática. Uma prática que segundo Leitão (2024), pressupõem o exercício de uma economia criativa capaz de impulsionar a criação e a gestão de recursos culturais e favorecer o desenvolvimento de uma sociedade mais sustentável. Interessante comentar que esta prática de economia criativa, está diretamente relacionada com o que Yúdice (2005) nos disse em sua obra “A Conveniência da Cultura” sobre como a cultura passou a ser utilizada como um recurso estratégico para diversos fins, incluindo o desenvolvimento econômico.

Já esclarecemos no início dessa tese com qual noção de cultura estamos articulados. Mas, retomando, o diálogo com as noções de cultura trazidas pelos estudos culturais britânicos (Cevasco, 2003; Escosteguy, 1998, 2012), que em sua origem nas décadas de 1950 e 1960, surgem como um campo interdisciplinar, com objetivo principal de analisar a cultura popular, das pessoas comuns (*ordinary people*), os processos de produção de significado em torno deles, ao passo que questionava e desafiava uma noção elitista de cultura, hegemônica até então. A cultura é entendida a partir de uma perspectiva crítica que questionava uma distinção proposta pelas noções existentes de uma suposta cultura superior, quando comparada a uma cultura inferior, aquela das pessoas comuns. Além disso, os estudos culturais britânicos deram início à ênfase nas análises entre cultura, materialidades e poder. Hall (2003), afirma que a cultura é um terreno de disputas, tensões, luta e resistência e destaca que é um campo onde diferentes grupos sociais disputam hegemonia e poder; especialmente em relação ao processo de produção de significados.

Ter em mente essa perspectiva de resistência e de negociação cultural nos apoia e sustenta as noções que usamos sobre o território. Haesbaert (2017) nos explica que o território é um espaço complexo de conflito e luta, onde mesclam e se

separam diversas identidades com avanços e recuos. Para além das noções dos estudos culturais nos diálogos sobre a complexidade do território onde os agentes de cultura estão localizados, estas noções também deixam sob perspectiva a importância das questões identitárias que já trouxemos e que mantemos na discussão adiante.

Antes de adentrarmos nas práticas e na produção de cultura dos espaços SyS e CCA, assumimos aqui que as questões identitárias relacionadas a estes dois sujeitos/agentes do território do Bixiga evidenciam o que Canclini (1997) apresenta sobre as identidades viverem processos de desterritorialização e reterritorialização: quando Lucas Pereira afirma que o SyS almejava ser um lugar que conjugasse a música, festas, dança e comida latino-americanas no território do Bixiga; ou quando Yannick Delas afirma que o desejo do CCA era ser um palco que fosse sede para apresentação da música e da cultura do mundo no Bixiga. Percebe-se nisso, o quanto, as culturas diaspóricas encontram espaço de apresentação e afirmação em diferentes latitudes em contextos de globalização e sentidos de cosmopolitismos atrelados aos consumos culturais em metrópoles contemporâneas (Pereira, 2017; Pereira; Bras e Rodrigues, 2023).

Também dialogamos com Hall (2003), na abordagem que elabora sobre as identidades imbricadas na diferença: a invocação das origens latinas e africanas ocorre tanto pela afirmação da identidade — definindo e ratificando quem são — quanto pela distinção em relação àqueles que não são; ou seja, que não compartilham dessas raízes. Ao aprofundarmos nossa análise na narrativa sobre os desejos e os interesses que proporcionaram a criação / abertura dos espaços de cultura, visualizamos que ambos citam situações ou fatos relacionados às tensões sobre suas autodeclarações, à qual grupo ou identidade são/pertencem relacionados aos que não são: somos “latinos”, “de esquerda”, “progressista”, “africanos” “gringos” “imigrantes”. Além de nos apresentar a articulação fundamental entre identidade e diferença, Hall nos explica que se trata de um processo inerente à criação de limites e de significados, pressupondo a geração de transformações, de tensões e de conflitos.

Para além das questões identitárias, mas intimamente ligadas a elas, ao longo deste trabalho, deixamos claro que o acionamento da cultura (de suas próprias e das diferentes) como recurso (Yúdice, 2013) é um dos conceitos basilares, seja em nossa análise relacionada às táticas e estratégias de atuação do território do Bixiga, seja nas atuações dos agentes de cultura SyS e CCA aqui analisados. Baseados nesta noção

é que entendemos posteriormente, ao estarmos em campo, que a economia criativa que visualizamos nas práticas dos espaços de cultura no Bixiga, é uma espécie de ferramental apropriado para operacionalizar o uso da cultura como recurso na geração de material econômico, financeiro e simbólico.

O resultado desta prática, vemos no dia a dia dos espaços: em um post em seu perfil na plataforma Instagram ⁷³, com o título “¡EMPIEZA EL FINDE Y EL CUERPO LO SABE! “O fim de semana começa e seu corpo sabe disso” ⁷⁴– o SyS, anuncia sua programação com o seguinte argumento: “com tragos y comidas ricas! ¡Siempre todo hecho por mãos imigrantes, atendimento acolhedor y lindos sotaques!” - com bebidas e comidas ricas, sempre tudo feito por imigrantes, atendimento acolhedor e lindo sotaques. ⁷⁵

Com a promessa de proporcionar uma experiência cultural inesquecível, o CCA publicou em seu perfil no Instagram, o seguinte anúncio:

Descubra uma experiência única, onde a gastronomia afetiva é o grande destaque, no nosso rodízio de comidas africanas, sabores e temperos não processados se unem a pratos carregados de tradição e carinho, oferecendo muito mais que uma refeição – uma verdadeira conexão com as raízes africanas. A proposta do rodízio é fazer você se sentir em casa, com receitas que trazem a alma e a história de diferentes regiões da África, tudo preparado com afeto. Experimente à vontade e viva uma experiência cultural e gastronômica inesquecível em um ambiente musical e cheio de cultura⁷⁶.

Utilizando em suas comunicações, seja nas plataformas sociais de seus perfis ou em comunicações nos perfis de seus parceiros, tanto SyS quanto CCA promovem de forma contundente suas questões identitárias, incluídas em um discurso que reforça as diferenças culturais como ponto de conexão e encontro, trazendo isso como uma espécie de propaganda para seus negócios. Ao passo que há um constante reforço da importância de múltiplas culturas, das diferenças entre gêneros musicais, culinária, dança, entre outros; as mesmas diferenças são evidências como o importante meio no processo de propagação e difusão de suas artes e da sua produção de material simbólico e econômico. Evidências estas que dão

⁷³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C3-aVpVrtun/?img_index=1. Último acesso em: 26/03/2025.

⁷⁴ Tradução literal pela autora

⁷⁵ Tradução literal pela autora.

⁷⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DCC-mUvvyCu/>. Último acesso em 26/03/2025.

materialidades para nosso diálogo com Pereira, Bras e Rodrigues (2023), os quais nos explicam que estas ações são recursos para visibilidade, afirmação e autorrepresentação de suas identidades étnicas construídas no presente, invocando tradições específicas e as transformando em performatividades.

Trazemos também a abordagem de Canclini (2005), no diálogo com Appadurai (1996) ao analisar a cultura como um sistema de relações que identifica diferenças, comparações e contrastes. Para Appadurai (1996), a cultura não é um conjunto fixo de tradições, mas sim um espaço dinâmico onde identidades são construídas e negociadas a partir das interações sociais e das influências globais. Canclini (2005) nos convida a ampliarmos essa perspectiva ao destacar que a cultura não apenas marca pertencimentos comunitários, mas também evidencia desigualdades e desconexões sociais. Ele argumenta que, na contemporaneidade, a cultura se manifesta tanto na valorização de identidades locais quanto na influência de fluxos globais, criando um cenário de múltiplas referências e significados.

Canclini (2005) também afirma que podemos considerar os estudos sobre os processos identitários como uma estratégia de articulação em um processo de tecitura entre diversos grupos e interações, abarcados pela dimensão dos processos de análise e estudo do cultural. A proposta do autor consiste em estudarmos o cultural, como um conjunto de processos por meio dos quais dois ou mais grupos representam imaginariamente o social, concebem e gerem as relações com os outros, ou seja, “as diferenças ordenam sua dispersão, zonas de disputas e os atores que a abrem para o possível” (Canclini, 2005, p.49).

Em outras palavras, ter como perspectiva a proposta de Canclini (2005) aponta a importância de analisarmos que quando o Centro Cultural Afrika (atualmente Pius Bar) oferece um tipo de comida usando uma oferta de experimentar uma gastronomia afetiva, tem por trás uma possibilidade de compartilhamento de sua cultura local, onde a comida alimenta e sacia mais também alegra. E essa possibilidade é transpassada por estas zonas de disputas e de geração de relações que Canclini (2005) afirma serem capazes de abrir possibilidades.

Além das questões em torno da produção musical e do uso da música como vetor principal de suas programações e grande atrativo em suas chamadas e convites nas plataformas digitais, outros elementos que compõem as características culturais e identitárias de determinados grupos (para o SYS, alguns países da América Latina;

para o CCA, alguns povos ou países africanos) ou outras pautas importantes e interessantes para estes grupos, são abordadas. Compartilhando em seu perfil uma publicação efetuada em uma TV Mexicana⁷⁷, o SYS usa, na divulgação de sua programação semanal, uma entrevista da presidente do México explicando a condução que será tomada pelo país, por conta do plano de tarifação do presidente americano Donald Trump. A reportagem não traz nenhum elemento relacionado diretamente ao SyS, mas, de forma subjetiva, demonstra e exemplifica sua atuação e seu posicionamento político através de seu apoio ao posicionamento do México em relação à atitude autoritária do vizinho estadunidense.

Em seu hábito de convidar o público a conhecer e experimentar outras culturas, o CCA convida seu público a “conhecer a beleza do Pará”⁷⁸ através do Carimbó – ritmo musical e dança típica do estado do Pará, que une elementos indígenas, europeus e africanos. Também promoveu o frevo, ritmo natural do estado do Pernambuco, através das apresentações do Frevo Bixiga Orquestra⁷⁹; mostrando que suas conexões em rede estão alicerçadas pela música, não necessariamente se limitando à origem ou estilo musical exclusivamente oriundos da África.

Pode parecer curioso em um primeiro momento, entender por que um centro de cultura africana, oferece em sua programação uma oficina sobre o Carimbó paraense. Porém, em um artigo que discute o CCA, Pereira, Bras e Avelar (2024) comentam a noção de cultura diaspórica em formas coletivas de elaborar resistências e re-existências africanas na cidade de São Paulo na atualidade, em suas maneiras de construir sentidos de pertencimentos e identidades negociados na forma de brechas e fissuras nas representações hegemônicas do Bixiga como “bairro italiano”. Neste diálogo, se entende uma intenção de construir esses interstícios (Bhabha, 1998) dentro de um centro cultural que traz em seu nome a África, mas que pratica, realiza e atualiza sentidos mais amplos de “afroatlanticidades” (Pereira; Bras; Avelar, 2024).

⁷⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DICE9GaxD-h/>. Último acesso em 27/03/2025.

⁷⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DC2YG47POYB/>. Último acesso em: 27/03/2025.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DC18hwRvxU6/>. Último acesso em: 27/03/2025.

4.5 Acompanhar processos e seguir os atores – uma prévia da conclusão

Na composição desta tese, o objetivo deste capítulo era detalhar e analisar as práticas comerciais, as atividades, ações e expressões dos estabelecimentos de produção cultural escolhidos SyS e CCA como exemplos de formas alternativas de economia criativa.

A escolha dos agentes/sujeitos partiu na verdade do próprio trabalho de campo no Bixiga, pois as questões em torno das noções sobre “latinidades” e uma possível cena latina em São Paulo, já eram assunto discutidos em nosso grupo de pesquisa URBESOM, muito antes de entendermos e estarmos interessados na proximidade do tema com as noções sobre economia criativa.

O fato de estarmos em constante contato com o Bixiga, acompanhando os atores através das interações e conexões em rede, foi nos guiando nos processos de estruturações e desenvolvimentos de muitas pesquisas do GP URBESOM. Quando tomada a decisão de abordar a economia criativa, se fez necessário limitar o campo, definindo em quais locais iríamos focar neste acompanhamento e análise, para sequenciar o trabalho da construção e desenvolvimento da tese.

Além de estarmos em constante contato como pesquisadores, também somos públicos frequentadores dos espaços de cultura do território e assim que o SyS deu início às suas atividades, primeiro na Rua Santa Madalena, e depois na Rua Conselheiro Ramalho, já sabíamos que teríamos uma excelente oportunidade pela frente. Com o músico e produtor cultural Yannick Delass, não foi diferente: a primeira experiência em assisti-lo no palco foi no Al Janiah, ali no território do Bixiga e desde então, vez ou outra, tanto no papel de pesquisadora quanto no papel de apreciadora e consumidora da sua arte, seguimos sua jornada.

Uma vez escolhidos, como sujeitos/agentes de pesquisa que delimitaríamos para as análises, seguimos no processo de acompanhar estes sujeitos, e inevitavelmente, estávamos suscetíveis às possíveis alterações e mudanças relacionadas a eles. E isso veio a acontecer.

Durante a construção desta tese, tanto SyS, quanto CCA tomaram decisões ou talvez tenham respondido a demandas externas (explicadas a seguir) que acabaram provocando alterações em suas práticas e atuações do dia a dia. Tais mudanças não

alteraram a hipótese inicial que tínhamos em mente na construção desta tese, tampouco trouxe dificuldade significativa nos processos que estabelecemos na aplicação da metodologia para estarmos em campo: uma metodologia baseada na inspiração etnográfica/cartográfica que conjugava trabalho de campo presencial nos espaços e o acompanhamento de seus perfis em plataformas digitais. A escolha do arcabouço teórico inclusive, abordava e pressupunha dinâmicas comunicacionais tensionadas, negociações e disputas acerca dos usos do território e as questões identitárias que abordam conflitos e as relações de poder.

Estas mudanças, assim, trouxeram contribuições, questionamentos e dúvidas que precisam já aparecer neste trabalho, mesmo que sem respostas totalizantes ou conclusivas.

Antes de irmos aos fatos, vale lembrar que após a pandemia, seja nos ambientes corporativos, seja na produção de entretenimento, é inegável afirmar que o mundo mudou. Mesmo para os que não tiveram nenhuma perda familiar vitimada pela COVID19, a mudança de comportamento, hábitos e práticas das pessoas que buscam diversão e consumo cultural nas cidades, foi alterada. A mudança atingiu o público consumidor e apreciador de cultura e atingiu também produtores, empreendedores e músicos. Não podemos afirmar o quanto destas mudanças culminaram nos fatos que vamos narrar a seguir, e tais mudanças não diminuíram ou comprometeram nossas afirmações até aqui; mas é imprescindível que sejam trazidas e compartilhadas neste trabalho, mesmo que seja com uma visão parcial, pois teremos que colocar uma espécie de fim na narração e análise desta história, mesmo sabendo que a pesquisa e os desdobramentos dela seguirão.

Em abril de 2025, Lucas Pereira publicou no perfil do SyS⁸⁰, uma notícia que surpreendeu não só pesquisadores, mas simpatizantes e até moradores do Bixiga: a unidade 2 do SyS, na Rua Conselheiro Ramalho iria fechar. A maior unidade, com um histórico de shows, lançamentos de livros, feiras culturais e saraus, iria fechar já no mês seguinte. Nas plataformas digitais, a postagem comunicando o encerramento não mencionava as razões que levaram ao fechamento do espaço (o SyS 1, bar, seguiria em funcionamento), nem tampouco davam alguma indicação de tensão ou clima de conflito ou urgência, dado a tempestividade da notícia e a proximidade da data. Com um discurso mencionando gratidão e orgulho pelo trabalho e pelo reconhecimento e

⁸⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DHrfYDBvktY/>. Acesso: 13/06/2025.

acolhimento do público, Lucas Pereira finaliza a publicação com um “isso não é um adeus — *es un hasta luego*”.

No final de semana de despedida, estivemos no evento da sexta feira, doze de abril. Como de costume, chegamos muito mais cedo do horário do início do show: geralmente as bandas sobem ao palco entre 23:00hs e 24:00hs; chegamos às 21:00 para termos tempo de conversar e analisar quais seriam as falas e opiniões relacionadas ao fechamento. A primeira surpresa foi: não tinham mais ingressos à venda. Segundo a recepcionista, desde a quarta-feira anterior, os ingressos de todo o final de semana haviam se esgotado.

Mesmo nos conhecendo “de vista”, a recepcionista se desculpou e disse que a lotação máxima era uma questão na qual ela não podia nos apoiar. Decidimos ficar na área de passagem entre a entrada para o SyS e as demais entradas do prédio, que levam a um espaço de *coworking* compartilhado para a venda de livros e antiguidades e que neste dia, também estavam sendo comercializados itens de bijuteria e adereços femininos. Na área de passagem também há uma área entre a porta e a calçada, onde se forma uma espécie de ponto de encontro: ou você fica ali esperando alguém e aproveita para fumar um cigarro, ou fica para conversar com quem ainda não entrou – por estar muito próximo à rua, acaba sendo um lugar silencioso, comparado à acústica de dentro da casa. Resolvemos ficar por ali e esperar o Lucas Pereira, que estava a caminho. Começamos então a conversar sobre a importância do espaço e como seriam as reações do público dado o fato de esgotar todos os ingressos com tanta antecedência, era sim um dado importante.

Em nossa conversa, uma das pessoas que estavam na área de “espera” se apresentou como um dos músicos que tocariam à noite e se ofereceu para nos apoiar na tentativa de entrarmos: poucos minutos depois, já estávamos dentro da casa e tivemos a grata oportunidade de conhecer alguns dos integrantes da banda que tocaria naquela noite - “Bazueros”, uma banda de *Cumbia*, que estava lançando seu novo trabalho “*Mucha lucha, poca plata*”, título emblemático se pensarmos no cenário e a situação do SyS, no lançamento.

Já dentro da casa, como de costume, conversamos com os profissionais da cozinha, do bar e com alguns clientes que já estavam se preparando para o show. As opiniões eram muito parecidas: o fechamento era necessário e mesmo sem saber qual o destino do SyS, não havia no ar um clima de preocupação ou tristeza. A

percepção para mim, como pesquisadora é que o assunto estava de certa forma pacificado e mesmo sem a informação de que o problema tivesse sido resolvido, não havia um clima de tensão no ar. Conversando com Lucas, ele nos contou que a relação com os proprietários do imóvel já não era das melhores e que com o falecimento de alguém da família dos donos, a decisão foi de que eles deveriam desocupar o prédio imediatamente. E não apenas o SyS, mas todos os demais estabelecimentos no entorno, que fazem parte de todo o imóvel, e ocupam o mesmo terreno.

Por se tratar de um terreno de grande extensão, com uma localização privilegiada (próximo ao centro da cidade e da Avenida Paulista), Lucas acredita que há grandes chances de que tudo seja demolido para dar lugar a um grande empreendimento imobiliário. Ele explicou que ainda estavam analisando quais seriam os próximos passos, para não tomar nenhuma decisão precipitada, mas que as atividades do SyS nos próximos dias ou meses, ficariam concentradas na unidade 1, na Rua Santa Madalena.

Dias depois, a notícia da reabertura do espaço, possibilitou encarar o episódio como um desafio concluído, uma espécie de reestruturação, já que a segunda unidade do SyS foi anunciada em novo endereço, na Rua Treze de Maio, uma das ruas mais conhecidas do Bixiga. Com uma área que aparentemente não é muito menor do que a unidade que foi fechada, na rua Conselheiro Ramalho, o atual endereço consta como uma espécie de quintal e ainda está adaptando o novo espaço com melhorias e reformas. Considerada uma das principais vias do bairro, a Rua Treze de Maio abriga marcos identitários como a Paróquia Nossa Senhora Achiropita e a Escadaria do Bixiga, bem como famosas cantinas napolitanas — espaços que condensam memórias negras, italianas e religiosas profundamente enraizadas na história urbana de São Paulo. Na parte mais inicial da rua (próxima à Rua Sto. Antônio) e menos elitizada, forma-se na Rua 13 de maio uma espécie de corredor cultural com casas de samba, teatros e botecos com música nas ruas. O deslocamento do SyS para essa rua não se limita a uma readequação logística, mas representa uma reterritorialização carregada de significados, inserindo o projeto em um circuito urbano vibrante, visível, marcado por celebrações, protestos, festividades e manifestações culturais.

Essa mudança, embora desafiadora, reafirma a capacidade de adaptação e resistência do SyS frente às instabilidades que atravessam os agentes culturais

periféricos. A reabertura no Bixiga, não apenas garantiu a continuidade das atividades, como também ampliou o alcance simbólico de sua proposta, reafirmando seu compromisso com a valorização da latinidade dissidente e com a produção de vínculos comunitários no tecido urbano.

Enquanto estávamos processando as notícias relacionadas ao Sol y Sombra, o Centro Cultural Afrika também trouxe uma novidade bastante contundente. No último fim de semana de abril de 2025, uma postagem na página do Instagram do CCA, chamou atenção de clientes, pesquisadores e seguidores do centro cultural: o Centro Cultural Afrika passaria a se chamar Piuss Bar. Com um vídeo explicando as razões que levaram às mudanças, Yannick oficializa a alteração, falando o texto abaixo:

Reformular, Redesenhar, Reestruturar, Reconstruir, Reorientar nossas políticas e seguindo nossos objetivos como um espaço independente sem perder a essência e a autenticidade. Renomear essa casa é a demonstração de coerência com fundamentos que criou [sic] a casa. PIUSS é o nome atual dessa casa; PIUSS é o nome de meu avô materno que era *griot*; ele que animava as festas de aldeias de sua região no Congo. Um espaço em seu nome é o mínimo de homenagem que posso prestar à Ele. Viva PIUSS, viva a Ancestralidade.⁸¹

Com uma resposta mais simples, Yannick nos contou por escrito (via Direct no Instagram), que a alteração se tratava apenas de uma mudança de nome. O perfil na plataforma Instagram continua vinculado ao antigo perfil do Centro Cultural Afrika, mas o Piuss, também alterou sua autodenominação: o que antes era um centro de cultura passou a ser um Bar e Restaurante, mudando também o logo.

⁸¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DIwLVwKMyCk/>. Último acesso em: 28/05/2025.

Figura 16 - Postagens e Publicações



Fonte: Postagem do Instagram⁸²

Muitas dúvidas vieram à tona com esta novidade e algumas, infelizmente, só teremos respostas futuramente, como por exemplo, saber se a documentação junto aos órgãos que regulamentam as empresas, seus ramos de atividade e objeto de constituição, também serão alterados. Por mais que mudar a designação de centro de cultura para local de entretenimento possa trazer alguns ajustes e alterações operacionais - como por exemplo, menor preocupação com o barulho e as regras da lei do PSIU, estabelecidas pela Prefeitura Municipal de São Paulo - lidar com o armazenamento e o manuseio de alimentos e materiais perecíveis pode ser desafiador, dado que, agora, o oferecimento de comida e rodízio africano ganhou centralidade nas ações do estabelecimento. Sabemos que produzir e comercializar comida não são tarefas simples e requerem atenção por serem objetos de acompanhamento e fiscalizações de entidades específicas e habilitadas no assunto.

Assim como a música, a gastronomia já tinha um protagonismo importante nas atuações do antigo Centro Cultural Afrika, agora Bar Piuss. Quando conhecemos o significado da menção em servir uma comida *malewa*, sabíamos dessa relação. Agora, através de um certo detalhamento, há uma maior visibilidade dada aos pratos

⁸² Disponível em: https://www.instagram.com/p/DJW0ixWxi9V/?img_index=1
https://www.instagram.com/p/DHWDFGiRZVS/?img_index=1. Acesso em: 28/05/2025.

africanos, invocando uma questão afetual relacionada a ancestralidade africana, como no discurso que menciona a mudança de nome, e em demais publicações. Vimos esta mudança em publicações que explicam, por exemplo, o nome das receitas: *Sebene* (guisado de sementes de abóboras) e *Saka Saka* (cozido de feijão com folhas de mandioca).⁸³

Figura 17 - Postagens e Publicações



Fonte: Perfil do CCA no Instagram⁸⁴

Logo após a decisão pela alteração do nome do CCA para Piuss Bar, o produtor cultural e idealizador do CCA, Yannick Dellas, fez uma publicação em seu perfil pessoal, que nos dá pequenas pistas que podem estar relacionadas à sua decisão pela mudança do nome. Primeiro, importante explicar que o comentário de Yannick se referia a um episódio de maio de 2025 do *PodCast* “Mano a Mano”, na plataforma SpotiFy, onde o cantor e compositor Mano Brown entrevista o ator Paulo Vieira⁸⁵. Nos minutos finais do episódio (2h:23m:41s) o ator afirma que “o negro brasileiro é outra parada”. Paulo Vieira segue explicando que o negro africano não tem consciência da

⁸³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/DJEzn2uREj7/?img_index=1. Último acesso: 28 de maio de 2025.

⁸⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/piuss.bar/reel/DLFPMo6sxrM/>. Acesso em: 28/05/2025.

⁸⁵ Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2mMY8y9ng1Hyjvw8iJVANz>. Acesso em: 27/06/2025.

diáspora e mais adiante, afirma que “se entender como negros brasileiros vai ser fundamental para nós; por isso que eu não gosto de *Wakanda*”⁸⁶. Mais a frente (por volta de 2h:25m:39), o ator afirma que “se *Wakanda* existisse mesmo, nós não entrávamos... Lá não somos pretos, somos latinos”. Paulo Vieira segue falando sobre seu desconforto a uma idolatria das produções americanas e complementa que estamos indo para o Estados Unidos, sendo que podemos nos conectar com a África, indo reto. E finaliza dizendo que a “África que vai preencher o buraco no coração do negro brasileiro, está a dez metros do chão; é a África que pode se materializar pela arte, pela cultura e pela religião”.⁸⁷

Yannick, em sua publicação no Instagram explica que ficou muito feliz por esta fala que ouviu do autor Paulo Vieira. Ratifica que “o preto brasileiro precisa se entender como preto brasileiro; não precisa ir para os Estados Unidos para depois se entender ou resgatar a cultura africana... a África é logo ali. Eu tentei trazer esta África como tantos outros africanos tentam, mas sem sucesso. Eu acreditava que todo mundo pensava igual”⁸⁸.

Na publicação de Yannick há um visível desconforto sobre as noções de uma África que, a partir de outra perspectiva, diverge do ponto de vista das pessoas negras brasileiras. Longe de minimizar ou esvaziar a afirmação do produtor cultural, além do respeito pela sua nacionalidade, dialogamos aqui com Ribeiro (2017). A autora nos explica que o conceito de lugar de fala, além de desestabilizar a hegemonia dos grupos dominantes, ajuda na compreensão de que a representatividade importa e que as experiências de opressão sejam reconhecidas como saberes válidos e não apenas como relatos pessoais. O desconforto mencionado nos traz pistas de que o racismo estrutural ao qual a sociedade brasileira está inserida proporciona experiências que afetam a subjetividade negra, corroborando para hierarquias internas entre os próprios negros (Pinheiro, 2023).

Tanto o fechamento da unidade dois do SYS, quanto a mudança de nome e de formato de atuação – antes centro cultural para atualmente bar e restaurante – não

⁸⁶ *Wakanda Forever* é o nome dado a um filme americano que relata um país fictício e se tornou uma espécie de símbolo resistência para comunidade negra por ter grande parte do elenco formado por pessoas negras, o que para alguns se trata de uma certa representatividade.

Disponível em: <https://blogs.pucpr.br/eeh/2023/03/29/a-representatividade-no-mundo-dos-heróis/>. Acesso em: 27/06/2025.

⁸⁷ Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2mMY8y9ng1Hyjvw8iJVANz> (2h:28m:20s). Acesso em: 27/06/2025.

⁸⁸ Disponível: <https://www.instagram.com/yannickdelass/>. Acesso em 26/07/2025.

interferiram na hipótese, derivadas para as análises e conclusão sobre uma outra prática de exercitar a economia criativa, através da invocação de suas identidades e pertencimentos, pautadas no uso da cultura como recurso.

Além de continuarem protagonizando a produção cultural no Bixiga, os agentes SyS e CCA (atualmente Piuss Bar) continuam desempenhando um papel central na dinamização da economia criativa local, estabelecendo conexões profundas entre expressões artísticas, gerando além de material simbólico, algo afetual e político.

Ambos os espaços/sujeitos mantêm uma programação que reflete e celebra a diversidade por meio de propostas artísticas que contemplam além de suas posições identitárias uma economia colaborativa e inclusiva. Esses espaços não apenas promovem eventos culturais, mas também funcionam como territórios de afirmação identitária, onde a arte é usada como ferramenta de resistência, memória e celebração. A diversidade não é tratada como pauta decorativa, mas como princípio estruturante da programação — seja na escolha dos artistas, nas temáticas abordadas ou nas experiências sensoriais oferecidas ao público.

O acompanhamento dos sujeitos que integraram o corpus desta pesquisa terminou conforme os limites metodológicos e temporais estabelecidos para a conclusão da tese. A escuta e o diálogo com esses agentes culturais permitiram a construção de reflexões profundas sobre suas práticas, territórios e identidades, revelando dimensões essenciais das culturas urbanas contemporâneas. O término do acompanhamento não representa uma ruptura, mas sim a transição para novas possibilidades de colaboração e visibilidade, dentro e fora do espaço acadêmico. Muito pelo contrário, só nos despertam ainda mais interesse em acompanhar estes atores/sujeitos e observar como as alterações se refletirão ao longo do tempo, nas interações e atuações com o território do Bixiga e seus muitos interlocutores.

Os novos posicionamentos dos sujeitos/agentes continuam aportando às articulações com noções, conceitos e diálogos com os pesquisadores e teóricos que constroem e dialogam sobre as questões identitárias, o uso da cultura como recurso e do porquê acreditamos que estamos diante de práticas e exercícios de economia criativa.

As análises das práticas culturais no Bixiga evidenciaram que a cultura, compreendida como recurso estratégico - conforme propõe Yúdice (2013), transcende sua dimensão simbólica e se insere como vetor de desenvolvimento social e

econômico. Nesse contexto, os agentes culturais – SyS e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar) -, operam não apenas como produtores de sentido, mas como articuladores de uma economia criativa que, nos termos de Leitão (2024), se fundamenta na diversidade cultural, na inclusão produtiva e na sustentabilidade. Ao mobilizarem saberes locais, redes colaborativas e tecnologias sociais, esses sujeitos constroem circuitos econômicos que dialogam com as especificidades brasileiras, desafiando modelos hegemônicos de indústria cultural e propondo alternativas emancipatórias. Assim, a cultura no Bixiga não se limita à expressão estética, mas se configura como infraestrutura de cidadania, capaz de gerar renda, fortalecer identidades e promover justiça social por meio de arranjos criativos territorializados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação teve como objetivo analisar e compreender como dois agentes culturais atuantes no território do Bixiga (São Paulo/SP) - a partir de suas posições e invocações identitárias - utilizam a cultura como recurso e exercem formas de economia criativa em suas práticas, redes de comunicação e nos usos e espaços da cidade.

Com base no tripé temático e conceitual: território do Bixiga, economia criativa e o uso da cultura como recurso (Yúdice, 2013), observamos e analisamos os agentes Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), os quais, para além da produção e propagação de cultura, configuram nas redes de comunicação do Bixiga um importante protagonismo, produzindo e favorecendo riqueza econômica, material, financeira, política e cultural e desenvolvimento, visibilização e valorização territorial e local.

Em outras palavras, uma vez que os espaços de cultura analisados são capitaneados por migrantes ou filhos de migrantes que acionam elementos de suas culturas de origem, buscamos compreender como essas questões identitárias invocadas e performadas no SyS e no CCA (atualmente Piuss Bar) - através de suas práticas culturais - geram uma produção de material econômico além do simbólico.

Para apresentarmos esta investigação, foi feita uma divisão em quatro partes: sendo a primeira parte, uma Introdução em que explicitamos o tema, como chegamos a ele, problematização e formulação de hipótese central, objetivos, justificativa, referencial teórico, metodologia e estruturação da tese.

Após isso, no Capítulo 1, apresentamos o território do Bixiga: um território privilegiado para a compreensão das dinâmicas comunicacionais urbanas e das práticas culturais alternativas que desafiam modelos hegemônicos de produção simbólica. Dialogamos com Pereira (2023), que nos apresenta o Bixiga como um palimpsesto urbano, uma noção que está relacionada com o território como uma sobreposição de experiências que contemple, permita e atue com e nas várias posições e invocações identitárias. Território este que faz com que suas atuações, existências e narrativas, contribuam de forma significativa para os estudos das ciências da comunicação e para os estudos da comunicação urbana.

A partir da escolha do Bixiga como pano de fundo da construção desta investigação, apresentamos a complexidade histórica e intercultural do Bixiga — marcada por presenças indígenas, negras, italianas, nordestinas e migrantes contemporâneos. Sua formação e ocupação favorece a configuração do bairro como um território de disputas simbólicas, onde a comunicação se dá em múltiplos registros: afetivo, político, estético e econômico. Essa multiplicidade de vozes e narrativas torna o Bixiga um laboratório vivo para os estudos de comunicação urbana, especialmente no que tange à comunicabilidade do urbano (Avelar, 2019), às formas de ativismo territorial (Pereira, da Silva e Paiva, 2024) e à produção colaborativa de cultura.

Ao nos debruçarmos nas análises do território e de como suas redes de comunicação se entrelaçam e se conectam, ora em alinhamento e negociações, ora em tensões e disputas, pudemos apresentar nossa aproximação e diálogo com os teóricos que nos apoiam no entendimento sobre a comunicação urbana. Nos valemos deste diálogo quando colocamos em prática o que Rossana Reguillo (2021) nos explica através de um olhar transdisciplinar e multidisciplinar que foi necessário para o surgimento das noções sobre a cidade e o espaço urbano. Assim como afirma Reguillo (2021), foi sob a perspectiva desta transdisciplinaridade que visualizamos no Bixiga a prática da invocação da cultura como recurso (Yúdice, 2013) nos exercícios e conteúdos fornecidos pelo Instituto Bixiga – Pesquisa, Formação e Cultura Popular; nas aulas abertas pelas ruas do bairro, compartilhando a história da formação do território, chegada dos imigrantes; entre outros temas que abordam áreas do conhecimento como história, sociologia, arquitetura, por exemplo.

Ao narrarmos a complexidade e importância da produção de conhecimento sobre o Bixiga, dentro do campo das ciências da comunicação, mas também com outras áreas do conhecimento como a arquitetura, a história e a sociologia, entre outras; dialogamos com teóricos que aportam nos estudos sobre as cidades.

Trouxemos os relatos de Vannuchi (2017) sobre as polêmicas e os questionamentos em relação a regras de tombamento de imóveis, alinhado às análises de como a comunidade local, simpatizantes, frequentadores, coletivos e moradores, são capazes de interferir nas discussões que trazem outra perspectiva dos usos e espaços da cidade, como por exemplo a discussão em torno do Parque do Bixiga.

Seja em discussões específicas sobre a música, gastronomia, economia criativa ou artes, além da pluralidade e interculturalidade (Canclini, 2005) em tornode assuntos e perspectivas que se dão no Bixiga, compartilhamos ao longo deste capítulo, a oportunidade que tivemos de se valer, na prática, da proposta de Rizo Garcia (2013). A autora nos propõe utilizar as noções de comunicação urbana, como um operador conceitual. Foi a partir desta perspectiva conceitual que narramos ao longo do primeiro capítulo, o surgimento e o desenrolar das atuações do Coletivo Mobilização Estação Saracura Vai-Vai e a construção da linha do Metrô que passará pelo Bixiga.

Analisar o território do Bixiga como um agente/sujeito sempre em processo (Santos,1999), acompanhando as atuações do Movimento Estação Saracura Vai-Vai foi um exercício prático de como os estudos sobre comunicação urbana são necessários para compreendermos as cidades e o viver no urbano. Acompanhamos rodas de conversas pelo bairro, participação dos moradores e dos integrantes do movimento em eventos culturais, programas de rádio e inclusive, em contato com os agentes/sujeitos de cultura analisados – SyS e CCA (atualmente Piuss Bar).

As noções de comunicação urbana que embasam esta pesquisa revelaram-se fundamentais, entre outras análises, ao acompanharmos as mobilizações contra o apagamento da memória dos povos originários e, sobretudo, da população negra. A partir da escuta ativa e da participação em eventos e atividades culturais, foi possível evidenciar como o território hoje conhecido como o “bairro mais italiano de São Paulo” — o Bixiga — carrega em suas camadas históricas a presença do Quilombo Saracura, espaço de resistência e sociabilidade formado por pessoas escravizadas que ali estabeleceram seu reduto. Tal reconhecimento emerge não apenas como reivindicação identitária, mas como ação comunicacional que reinscreve a cidade como um palimpsesto urbano (Pereira, 2023), onde a memória negra é reativada frente às práticas de invisibilização ocorridas aos longos dos anos.

Após isso, o segundo capítulo versou sobre economia criativa, em que trouxemos como se deu a formulação e desenvolvimento do conceito a partir dos anos 1990, derivando das noções de indústrias criativas e sendo majoritariamente elaborado e primeiramente difundido pelos países anglo-saxões. Apontamos autores que explicam e debatem a criação do conceito sob a perspectiva de uma economia criativa a partir das noções de indústrias criativas; derivando então para diálogo com

autores que discutem de que forma a economia criativa foi adequada a uma economia criativa do sul global e como ela foi adequada ao contexto brasileiro.

Dialogamos com Leitão (2024) Reis (2012) e Seldin (2015), as quais, além de uma construção de um pensamento crítico e contextualizado sobre o tema, consideram a necessidade de uma abordagem que tenha sob perspectiva o cenário brasileiro. Definimos que a noção de economia criativa que contempla as práticas exercidas pelos espaços/sujeitos de cultura – SyS e CCA (atualmente Piuss Bar) - é a noção trabalhada e desenvolvida por Claudia Leitão (2024), que já havia estado a frente da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura (Governo Federal) e retornou ao posto em maio de 2025.

A autora primeiramente faz uma crítica aos conceitos de economia criativa nascidos nos países anglo-saxões a partir do que chama de confusão conceitual, entre economia criativa e indústrias criativas. Ela explica que abordagens hegemônicas vindas do norte global priorizam a performance econômica, direitos de reprodução e estruturas hierárquicas. Leitão vai nos propor uma economia criativa que parta de uma lógica colaborativa, horizontal e em rede, com foco na emancipação das comunidades e no bem viver; a autora nos explica ainda que esta economia tem que estar conectada a outras “novas economias”, como a economia solidária, bioeconomia, economia circular e economia verde (Leitão, 2023; 2024).

Este conceito se materializou nas oportunidades que vimos e acompanhamos nas práticas do Sol y Sombra e do CCA (atualmente Piuss Bar) inúmeras vezes: oferta de uma alimentação que remeta as suas tradições identitárias, com a justificativa de que alimenta e acolhe; fornecimento de água para o consumo gratuita em eventos, com o argumento de que não se compra o que se tem de graça; entre outros tantos exemplos.

Já no capítulo 3, foram apresentadas e analisadas as práticas dos espaços/sujeitos Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar). Retomamos uma consideração importante que é a questão das posições e invocações identitárias: O SyS foi idealizado e é gerenciado por Lucas Pereira, filho de imigrantes, que faz questão de abordar as questões “latinas”, como uma invocação que remete a um senso de pertencimento, relacionado a uma prática que abarca as diferenças e promove a inclusão. Um diálogo com Hall (2003) que nos explica que o conceito de identidade, propõe uma compreensão não essencialista, em que a identidade é vista

como uma construção social e cultural, sempre em processo, marcada por deslocamentos, rupturas e reconstruções.

Quando nos debruçamos às práticas do Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), o resultado de nossas observações e análises não diferem. Criado e conduzido por Yannick Dellass, um produtor cultural, instrumentista e musicista congolês, o CCA (atualmente Piuss Bar) nos permite o diálogo com Hall (2003) quando consideramos suas práticas. Em vez de uma identidade fixa e homogênea, Hall (2003) defende que as identidades são formadas por meio da diferença, ou seja, pela relação com o “outro” — aquilo que não somos, mas que nos ajuda a definir quem somos.

Nesse sentido, a diferença não é um obstáculo à identidade, mas sim seu fundamento. É por meio da distinção entre grupos, culturas e experiências que os sujeitos constroem um senso de pertencimento, reconhecendo-se em narrativas compartilhadas, memórias coletivas e práticas simbólicas que os conectam a determinados contextos sociais e históricos.

O que vimos é que no caso dos sujeitos de pesquisa, ao invocar a diferença como elemento constitutivo de sua identidade, não apenas afirmam sua singularidade, mas também se inserem em uma rede de significações que lhes confere lugar e voz. Essa diferença, longe de ser marginalizada, torna-se uma potência identitária, capaz de gerar vínculos, reconhecimento e resistência frente às lógicas de homogeneização cultural. Tanto CCA (atualmente Piuss bar) quanto SyS, ao ocupar o Bixiga — bairro marcado por camadas históricas, como o Quilombo Saracura e a imigração italiana — contribuem para a afirmação simbólica do território, ativando memórias e narrativas que desafiam o apagamento identitário. Os dois locais proporcionam uma atmosfera acolhedora e plural, promovendo um sentido de pertencimento coletivo, onde a diferença é celebrada como e a partir desta potência identitária.

Potência esta que interfere diretamente nas práticas culturais e na construção e conexões das redes de comunicação entre, com e no território. O que afirmo é que esta potência identitária está presente em muitas frentes, como nas chamadas do CCA (atualmente Piuss Bar) convidando o público a experimentar “uma gastronomia afetiva, em um rodízio de comidas africanas, onde temperos e sabores não

processados se unem a pratos carregados de tradição e carinho, oferecendo muito mais do que uma refeição – uma verdadeira conexão com as raízes africanas”⁸⁹.

Da mesma forma, no Sol y Sombra, essa força identitária se manifesta quando o bar ratifica seu posicionamento político nas chamadas para os eventos, com afirmações como “um lugar onde a esquerda latino-americana se encontra para aliviar, bailar e debater esse mundo *al revés*”⁹⁰. Com um posicionamento voltado a afirmação latino-americana – e que reforça que o Brasil é latino também -, atuando como um espaço de afirmação identitária e resistência cultural, especialmente voltado à valorização da diversidade latino-americana e das expressões periféricas.

Inseridos neste território de conflitos, disputas e escutas, os espaços/sujeitos se articulam com as práticas do próprio Bixiga, atuando como espaços de diálogos e pertencimentos a partir das suas diferenças, dado suas posições identitárias – um belo exercício contemplado pelas noções sobre comunicação urbana, necessária para a compreensão dos vários modos de vidas das e nas cidades. Neste sentido, tanto o território do Bixiga, quanto os sujeitos CCA e SyS emergem não apenas como lugares físicos, mas como espaços simbólicos, de disputa e negociação, onde as dimensões culturais e econômicas se tornam indissociáveis.

A partir das análises das práticas do Sol y Sombra e do Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), visualizamos o exercício da economia criativa que dialoga com as noções de Claudia Leitão (2024). Isto é, uma economia criativa centrada na diversidade cultural, nas tecnologias sociais e na emancipação das comunidades. Ela se distancia dos modelos hegemônicos que priorizam os direitos autorais e performance econômica, valorizando práticas colaborativas, saberes locais e redes de afetos (Leitão, 2024).

Portanto, no aprofundamento das noções utilizadas na construção desta tese, afirmamos que o Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar) e o Sol y Sombra, não são apenas locais de entretenimento — são territórios criativos insurgentes, que encarnam a proposta de uma economia criativa não necessariamente subordinada ao mercado, mas sim orientada pela cultura como força de transformação social, gerando além de material econômico e financeiro, político, afetual e simbólico.

⁸⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DHYo2Lts473/>. Acesso em: 27/06/2025.

⁹⁰ Disponível em: [Sol y Sombra - Produtor - Eventos e Conteúdos na Sympla](#) . Acesso em: 27/06/2025.

A metodologia adotada neste estudo foi inspirada nos referenciais da cartografia e da etnografia, com o objetivo de construir uma escuta atenta dos agentes culturais e das dinâmicas territoriais do bairro do Bixiga. A pesquisa se desenvolveu a partir da presença ativa nos espaços analisados — Sol y Sombra e Espaço Cultural Afrika —, por meio de visitas recorrentes, participação em eventos, festas, observações de atividades culturais e realização de conversas formais e informais com os frequentadores e organizadores.

Além da imersão presencial, o trabalho também incorporou o acompanhamento das postagens e publicações realizadas nas plataformas digitais desses espaços e de parte de suas redes de relacionamento, compreendendo-os como extensões simbólicas e comunicacionais do território físico. Foram registrados relatos, entrevistas, apresentações artísticas e manifestações espontâneas que contribuíram para mapear os sentidos de pertencimento, identidade e resistência produzidos nesses ambientes.

Essa abordagem metodológica permitiu uma leitura situada e processual da economia criativa no Bixiga, revelando como os agentes culturais operam enquanto agentes/cartógrafos de afetos, memórias e insurgências urbanas. Apesar da adoção de uma abordagem metodológica híbrida, pautada por uma inspiração cartográfica (Latour, 2012; Passos; Kastrup; Escóssia, 2009) e por uma inspiração etnográfica (Rocha; Eckert; 2003); esta pesquisa enfrentou limites que derivam tanto das características próprias do campo investigado quanto das condições materiais de execução. A ausência de mais entrevistas formais com determinados agentes culturais se deu, em parte, devido ao caráter informal, fluido e espontâneo das práticas culturais desenvolvidas nos espaços observados, dificultando o agendamento e a sistematização dessas conversas no formato tradicional da entrevista.

Ademais, a impossibilidade de acompanhar continuamente todas as atividades promovidas pelos agentes de cultura Sol y Sombra e Centro Cultural Afrika (atualmente Piuss Bar), trazem alguns questionamentos que por mais que não comprometam a pesquisa, deixam certa curiosidade, a mim, como pesquisadora. Embora os eventos culturais dos espaços observados — Sol y Sombra e Espaço Cultural Afrika — ocorressem em datas e horários regulares, o acompanhamento contínuo de todas as atividades foi limitado por questões de ordem pessoal e estrutural.

Outro ponto a ser considerado é o fato de que as postagens e participações/publicações nas plataformas sociais exigem certo rigor e até um suporte tecnológico. Há casos, a depender a plataforma, que as publicações expiram em vinte quatro horas; há também a situação das publicações limitarem o acesso ou dificultarem as gravações; sem contar que ainda podem ser apagadas ou removidas (o que aconteceu mais de uma vez com abordagens sobre assuntos polêmicos e que mesmo com “prints”, comprometem a divulgação).

Ao afirmarmos que nos servimos de uma metodologia de inspiração etnográfica/cartográfica, ratificamos que se tratou de um trabalho estruturado e regido sob o rigor acadêmico necessário, mas como explicamos, aberto à criatividade e a sensibilidade que o contato com os espaços/sujeitos nos trouxe; um diálogo com Caiafa (2002), sobre o aproveitamento da imprevisibilidade do campo. Sim, um aproveitamento que além da construção processual sobre como narrar o que víamos, também nos permitiu o contato com novas formas de ver, usar e experienciar a produção de cultura propagada pelo SyS e pelo CCA (atualmente Piuus Bar).

Algumas dificuldades metodológicas foram superadas ao adotar, conforme sugerem Passos, Kastrup e Escóssia (2015), a inversão do percurso investigativo tradicional (*meta-hódos*) para um fluxo mais flexível (*hódos-meta*). Em vez de seguir estritamente a programação prevista, chegávamos aos eventos com antecedência para estabelecer um diálogo preliminar com os participantes e, em outras ocasiões, deslocávamo-nos para novos espaços sem uma programação prévia, guiada por um “termômetro” empírico — isto é, pela quantidade de pessoas presentes e pelo nível de engajamento observado (parâmetro por mim definido, relatado na metodologia). Essas flexibilizações não comprometeram a rigorosidade da análise; ao contrário, ampliaram as possibilidades de coleta de dados e, em diversos momentos, revelaram outras perspectivas; porém, é justo que façamos esta menção e que deixemos o registro dado a oportunidade de novas perspectivas de análises.

Outro limite enfrentado nesta pesquisa refere-se à ausência de dados financeiros precisos sobre o faturamento dos espaços culturais analisados. Embora, ao longo da pesquisa tenham surgido questionamentos sobre a viabilidade econômica e a capacidade financeira do Sol y Sombra e do Centro Cultural Afrika, não abordamos as questões relacionadas ao volume de receitas, fontes de financiamento ou modelos de sustentabilidade adotados. Essa lacuna decorre não apenas da sensibilidade em

tratarmos desses dados, como também da escolha metodológica de priorizar aspectos simbólicos, identitários e territoriais das práticas culturais. Assim, o enfoque da pesquisa concentrou-se na dimensão político-cultural da economia criativa, compreendida como produção de sentidos e fortalecimento comunitário, reconhecendo que os aspectos financeiros — embora relevantes — extrapolam o escopo empírico adotado.

Assim, ao investigar a economia criativa no território do Bixiga a partir das práticas dos agentes culturais Sol y Sombra e Espaço Cultural Afrika, esta tese evidenciou que tais espaços operam como potências identitárias e cartografias de resistência, desafiando modelos hegemônicos de produção cultural e inscrevendo novas formas de viver a cidade. Mais do que agentes/sujeitos criativos, esses espaços se revelam como campos de criação simbólica, acolhimento, cuidado e insurgência, alinhando-se aos princípios da economia criativa do sul global propostos por Cláudia Leitão (2024). Ao celebrarem a diferença, reativarem memórias coletivas e promoverem a inclusão produtiva, esses agentes culturais reafirmam que a economia criativa brasileira não se mede apenas pelo capital financeiro ou na formulação de indicadores quantitativos, mas sobretudo pela capacidade de gerar pertencimento, transformação e valorizar a diversidade. Encerrar este percurso é reconhecer que o Bixiga, longe de ser apenas uma paisagem urbana, é também um campo de disputas, afetos e reexistências — cujas práticas criativas continuam a desenhar futuros possíveis.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Isadora; UNGARETTI, Débora; SANTORO, Paula Freire; CASTRO, Ulisses Alves de; **PPP's habitacionais em São Paulo: política habitacional que ameaça, não remove e não atende os removidos**. Cartografias da produção, transitoriedade e despossessão dos territórios populares [livro eletrônico]: observatório de remoções: relatório bianual 2019-2020 / [organização Fernanda Accioly Moreira, Raquel Rolnik, Paula Freire Santoro]. – São Paulo: 2020.

ALMEIDA, Isadora Marchi de; SANTORO, Paula Freire. **A lógica da “conta inversa”: rentabilidade imobiliária e interesse público no projeto urbano PIU Vila Leopoldina–Villa Lobos em São Paulo**. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, v. 20, n. 1, p. 123–142, 2018. Disponível em: [Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais](#). Acesso em: 26/07/2025.

ÁLVAREZ PEDROSIAN, E; PÓO FIGUEROA, X.; ZAPATA AGUDELO, J. D. Desde la comunicación urbana a las multiterritorialidades del habitar contemporáneo: trayectos y horizontes transdisciplinarios. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 20, n. 37, 2021. DOI: 10.55738/alaic.v20i37.725.

APARICIO, F; CHÁVEZ-SILVERMAN, S. (EDS). **Tropicalizations: Transcultural Representations of Latinidad**. Hanover: Editora, 1997.

APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa: Teorema, 2004.

AVELAR, Milena Santana Signor. **Bixiga: dinâmicas comunicacionais e urbanas e seus sentidos políticos 2019**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2019. Disponível em: [Repositório UNIP](#). Acesso em: 26/07/2025.

AVELAR, Milena S.; PEREIRA, Simone L. **Dinâmicas Comunicacionais urbanas no bairro do Bixiga (São Paulo/Brasil): música, produção de multiterritoriais e derivas**. *Alaic – GT Comunicación y ciudad*. São Jose / Costa Rica, 2018.

AVELAR, Milena Santana Signor; CHIOVATTO, Andreia; PAIVA, Fábio Ranzani; PEREIRA, Simone Luci. **Coletivo Estação Saracura Vai-Vai e redes de comunicação urbana: uma análise das discussões em torno das obras do Metrô na região do Bixiga** – São Paulo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 46., 2023, Belo Horizonte. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2023. Disponível em: [PDF nos Anais da Intercom](#). Acesso em: 26/07/2025.

BAKHSHI, Hasan. Que indicadores são necessários para incluir a cultura na agenda político-econômico? **Economia da Cultura e Indústrias Criativas: Fundamentos e Evidências** – referenciais teóricos / vários autores – vol. 2. São Paulo: Itaú Cultural; Ed. WMF Martins Fontes, 2022.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BARROSO, Flávia Magalhães. **O que falam as festas: éticas e estéticas das coabitações noturnas no centro do Rio de Janeiro**. 2022. 373 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/19312>. Acesso em: 01/04/2025.

BRAS, João Marcelo Flores de. **A Casa do Mestre Ananias e os atravessamentos da capoeira ancestral na metrópole paulistana: comunicação, culturas urbanas e identidades**. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2021.

CAIAFA, Janice. **Comunicação e diferença nas cidades**. Lugar Comum, v. 18, p. 91-102. COMPÓS, 2002.

CASAQUI, V. **Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora**. *E-Compós*, v.20, n.2, 2017. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1355>. Acesso em: 29/07/2025.

CORTIZO, Laura Buarque. **Cartografando controvérsias urbanas: o Parque Capibaribe, o bairro das Graças e o exercício do direito à cidade no Recife**. 2020 UFPE. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/41652>. Acesso em: 26/07/2025.

CABANES, Robert; TELLES, Vera Lucia; (orgs.). **Saídas de Emergência: Ganhar / Perder a vida na Periferia de São Paulo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

CANCLINI, Néstor GARCÍA. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1997.

_____. **Introducción a la nueva edición - Las culturas híbridas en tiempos globalizados**. p.11-33. In: *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. 2.ed. Barcelona: Paidós, 2001.

_____. **Diferentes, desiguais e desconectados**. RJ: Editora UFRJ, 2005.

_____. **Consumidores e cidadãos**. RJ: Editora UFRJ, 2000.

_____. **A globalização imaginada**. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2007.

_____. **Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?** Revista Diálogos de la Comunicación. n.17. 1987. p. 1-8. Disponível em: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/garcia_canclini1.pdf. Acesso em: 26/07/2025.

_____. **Estudos sobre cultura: uma alternativa latinoamericana aos cultural studies** – entrevistado por A.C. Escosteguy et al. Revista FAMECOS, n. 30, p.6-15, 2006. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3371>. Acesso em: 26/07/2025.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2014.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

DE FIGUEIREDO, João Luiz; DE JESUS, Diego Santos Vieira. **Economia criativa: Oportunidades e gargalos para o seu fortalecimento na cidade do Rio de Janeiro**. Geo UERJ, n. 36, p. e47276-e47276, 2020.

DE MARCHI, Leonardo. **Construindo um conceito neodesenvolvimentista de economia criativa no Brasil: Política Cultural na era do novo MinC**". Revista Novos Olhares – Vol. 2. P. 37-48, 2013. Disponível em: [Revista Novos Olhares – USP](#). Acesso em: 26/07/2025.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative Industries Mapping Document**. London: DCMS, 1998. Disponível em: [Creative Industries Mapping Documents 1998 – GOV.UK](#). Acesso em: 26/07/2025

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Livraria Nobel, 1995.

_____. **Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. (Liv Sovik Org.). Belo Horizonte: Editora UFMG: Brasília: UNESCO, 2003.

FÓRUM NACIONAL DE REFORMA URBANA (FNRU). **Panorama dos conflitos fundiários no Brasil: 2019–2020**. São Paulo: FNRU, 2019. Disponível: <https://forumreformaurbana.org.br/panorama-dos-conflitos-fundiarios-no-brasil-2019-2020/>. Acesso em: 26/06/2025.

FRÚGOLI Jr., Heitor. **Memórias de Ruas do Bixiga ao longo do tempo**. Revista do Centro de Pesquisa e Formação/n. 16, agosto de 2023. p. 243-259. Disponível em: [PDF no Repositório da USP](#). Acesso em: 26/07/2025.

GARNHAM, Nicholas. **Afterword: the cultural commodity and cultural policy**. In: SELWOOD, Sara. The UK Cultural Sector. London: Policy Studies Institute, 2001. p. 445-458.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HARVEY, David. **O direito à cidade**. *Lutas Sociais*, (29), 73–89. Disponível em: <https://doi.org/10.23925/ls.v0i29.18497>. Acesso:

_____. **Cidades Rebeldes: do direito a cidade a revolução urbana.** São Paulo: Martins Fontes, 2014.

HAESBAERT, Rogério. **Territórios alternativos.** 3. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2002. ISBN: 978-85-7244-202-2.

HERSCHMANN, Micael et al. (org.). **Cidades musicais (in)visíveis.** Porto Alegre: Sulina, 2024. v. 1.

HOWKINS, John. **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.** London: Allen Lane, 2001. ISBN: 0713994037.

JACKSON, T. **Prosperity without Growth,** Londres: Earthscan, 2009.

JANOTTI JR. Jeder; GOMES, Itânia Mota (Org.). **Comunicação e Estudos Culturais.** Salvador: Ed. UFBA, 2011.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede.** Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. Salvador: Edufba; Bauru: Edusc, 2012. 399 p. ISBN: 978-8523208646. DOI: [10.5007/2175-8034.2012v14n1-2p238](https://doi.org/10.5007/2175-8034.2012v14n1-2p238). Acesso em: 26/07/2025.

LEITÃO, Claudia; **Revista Observatório Itaú Cultural – N. 18.** São Paulo; ITAÚ CULTURAL, 2007.

LEITÃO, Claudia; organizadora; **Criatividade e emancipação nas comunidades-rede; contribuições para uma economia criativa brasileira.** São Paulo; Martins Fontes, 2023.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **A teoria barberiana da comunicação.** MATRIZES, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 39–63, 2018. Disponível em: [Revista MATRIZES – USP](#). Acesso em: 26/07/2025.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira.** Editora FUNAG – Fundação Alexandre de Gusmão: 2014.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto.** Barcelona: NED Ediciones, 2017.

_____. **Ofício de cartógrafo – travessias latino-americanas da comunicação na cultura.** São Paulo: Loyola, 2004.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares.** Salvador: EDUFBA, p. 95-113, 2007.

MINTZBERG, Henry. **Ascensão e queda do planejamento estratégico.** Porto Alegre: Bookman, 2004.

MOURA, Clovis. **Os quilombos e a rebelião negra**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

NASCIMENTO, Beatriz. **Uma história feita por mãos negras: Relações raciais, quilombos e movimentos**. Organização: Alex Ratts. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

NASCIMENTO, Larissa; **“Lembrança eu tenho da Saracura”: Notas sobre a população negra e as reconfigurações urbanas no bairro do Bexiga**”. In: Revista Intratextos, 2014, vol 6, no1, p. 25-50. DOI: <http://dx.doi.org/10.12957/intratextos.2014.7099>. Acesso em: 01/03/2025.

NASCIMENTO, Larissa Ap. Camargo. **No Bixiga nem tudo é italiano: relatos de vivência sobre um bairro da região central em São Paulo**. Pensando Áfricas e suas diásporas NEABI – UFOP -Mariana/MG Vol. 01 N. 01 – jan/jun 2016. Disponível em: www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/pensandoafricanas. Acesso: 01/03/2025.

NERES, Felipe dos Santos. **Corpos em diáspora: processos de desposseção no território negro do Bixiga**. 2024. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024. doi:10.11606/D.16.2024.tde-10052024-111254

OAKLEY, K. et al. **“Cultural Capital: Arts Graduates, Spatial Inequality, and London’s Impact on Cultural Labor Markets”**, em: American Behavioral Scientist (publicação online antecipada), 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0002764217734274>. Acesso em: 26/07/2025.

OAKLEY, Kate; WARD, Jonathan. **“A arte de uma vida melhor: cultura e prosperidade sustentável”**. Capítulo do livro: **“Economia da cultura e indústrias criativas – fundamentos evidências”**. Organiz. VALIATI, Leandro. São Paulo: Itaú Cultural; Ed. WMF Martins Fontes, 2022.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virginia; ESCOSSIA, Liliana da. **Pistas do método da cartografia: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade / orgs**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

PEREIRA, S. L., Pontes, E. V., Bezerra, P. M., & Rodrigues, J. C. (2021). **São Paulo como cidade musical? perspectivas de debate a partir de três experiências de pesquisa**. CSONline - REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, (33), 198–222. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2021.34391>. Acesso:

PEREIRA, Simone Luci. **Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/ Brasil**. Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación, n.128, p. 237-251, 2015. Disponível em: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13416/1/REXTN-Ch128-16-Pereira.pdf>. Acesso em: 26/05/2025.

_____. **Alternativos, autorais, resistentes: coletivos musicais, festas e espaços de música em São Paulo**. In: Fernandes, Cintia; Herschmann, Micael (orgs). **Cidades musicais: comunicação, territorialidade, política**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

PEREIRA, Simone Luci. **Circuitos de festas de música alternativa na área central de São Paulo**: Cidade, corporalidade e juventude. FAMECOS – mídia, cultura e tecnologia. V. 24 n. 2. 2017

PEREIRA, Simone Luci e López Moya, Martin. **De músicas, sons e dissonâncias: experiências de pesquisa nas ruas de duas cidades**. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Culturas Urbanas do 41º Congresso INTERCOM. Anais... Joinville / Brasil. 2018.

PEREIRA, Simone Luci; AVELAR, Milena Signor. **Dinâmicas comunicacionais urbanas no bairro do Bixiga (São Paulo/Brasil): música, produção de multiterritórios e derivas**. *Alaic - GT Comunicación y ciudad*. São Jose / Costa Rica. 2018.

PEREIRA, Simone Luci; AVELAR, Milena Signor. **Rede Social Bela Vista; ativismos urbanos, redes e dinâmicas comunicacionais no Bixiga**. Animus, Revista Interamericana de Comunicação Midiática. V.19, n. 40, 2020.

PEREIRA, Simone Luci; BRAS, João Marcelo; RODRIGUES, Juliana Conartoli. **“Usos da cultura, dinâmicas de produção/consumo solidário e ativismos: tensões e diálogos no Bixiga (São Paulo)”**. E-Compós, 26, 2023.

PEREIRA, Simone Luci e BRANDÃO, Sabrina. **Circuitos da “latinidade” em São Paulo em dois tempos: logicas de produção/ consumo, alteridade e culturas urbanas**. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Culturas Urbanas do 46º Congresso INTERCOM. Anais... PUCMINAS / Brasil. 2023.

PEREIRA, Simone Luci; DA SILVA, Gustavo Souza; DE PAIVA, Fábio Ranzani. **Territórios, deslocamentos, comunicação urbana: uma análise do documentário Oxente, Bixiga!** Fênix-Revista de História e Estudos Culturais, v. 21, n. XXI, p. 189-218, 2024. Disponível em: [PDF no Repositório UNIP](#). Acesso em: 26/07/2025.

PEREIRA, Simone Luci. **Qué latino? Juventudes, música e dinâmicas históricas Brasil/América Latina Hispânica**. In: BORELLI, Silvia; VALENZUELA ARCE, Jose Manuel (orgs.). *Jovens latino-americanos: necropolíticas, culturas políticas e urbanidades*. Buenos Aires: CLACSO, 2021. p. 291–319. Disponível em: [Repositório UNIP](#). Acesso em: 26/07/2025.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Pressupostos epistemológicos e metodológicos da pesquisa participativa: da observação participante à pesquisa ação**. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. XXIII, 3, 2017. Universidad de Colima, México.

REIS, Ana Carla Fonseca; **Cidades criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI – SP editora, 2012.

RIZO GARCÍA, M. (2013). **Mirar la ciudad. Espacio, comunicación y cultura urbana. Caleidoscopio** - Revista Semestral De Ciencias Sociales Y Humanidades, 16(28), 31–50. Disponível em: <https://doi.org/10.33064/28crscsh477>. Acesso:

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornelia. **Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana**. Revista do núcleo de Desenvolvimento e Criatividade da UNICAMP. Campinas, n.9; p. 101-127; 2003.

ROLNIK, Raquel. **Territórios negros nas cidades brasileiras: etnicidades e cidades em São Paulo e Rio de Janeiro**. Revista de Estudos Afro-Asiáticos, 1989. edisciplinas.usp.br
Disponível em: edisciplinas.usp.br. Acesso em: 26/07/2025.

ROLNIK, Raquel (Org.). **Cartografias da produção, transitoriedade e despossessão dos territórios populares [livro eletrônico]: observatório de remoções: relatório bianual 2019-2020** / [organização Fernanda Accioly Moreira, Raquel Rolnik, Paula Freire Santoro]. – São Paulo: 2020.

SANTOS, Milton. **O território e o saber local: algumas categorias de análise**. Cadernos IPPUR, Rio de Janeiro, v. XIII, n. 2, p. 15–26, 1999. Disponível em: https://ippur.ufrj.br/wp-content/uploads/2016/05/CI_Ano_XIII_n2_ago-dez_1999.pdf. Acesso em: 26/07/2025.

SELDIN, Claudia. **Da capital da cultura à cidade criativa: resistências e paradigmas urbanos sob a inspiração de Berlim**. Tese de Doutorado em Arquitetura e Urbanismo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro/RJ 225 p. 2015.

SILVA, Tomás Tadeu (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** BH: Autêntica, 2000.

SILVA, Tomas Tadeu (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SCHNECK, Sheila. **Bexiga: cotidiano e trabalho (1906–1931)**. Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, São Paulo, v. 26, p. e24, 2018. DOI: [10.1590/1982-02672018v26e24](https://doi.org/10.1590/1982-02672018v26e24). Acesso em: 26/05/2025.

SCHNECK, Sheila. **Formação do bairro do Bexiga em São Paulo: loteadores, proprietários, construtores, tipologias edilícias e usuários (1881–1913)**. 2010. Dissertação (Mestrado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo. DOI: [10.11606/D.16.2010.tde-01062010-111349](https://doi.org/10.11606/D.16.2010.tde-01062010-111349). Acesso em: 26/05/2025

SZANIECKI, Bárbara. **Criatividade, conflito e direito à cidade num Rio de Janeiro espetacularizado**. Diálogo com a Economia Criativa; Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 8-26, maio/ago. 2016. DOI 10.22398/2525-2828.128-26

TEIXEIRA, Eduardo Ariel de Souza; CORRÊA, Silvia Borges; **Economia Criativa, organização – coleção contextos e pesquisas**. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

TELLES, Vera da Silva. **A cidade nas fronteiras do legal e ilegal**. Belo Horizonte: Editora Fino Traço, 2011.

VALIATI, Leandro. **Economia da Cultura e Indústrias Criativas: Fundamentos e Evidências** – referenciais teóricos / vários autores. São Paulo: Itaú Cultural; Ed. WMF Martins Fontes, 2022.

_____. **Economia da Cultura e Indústrias Criativas: Políticas Públicas, Evidências e Modelos** / vários autores. São Paulo: Itaú Cultural; Ed. WMF Martins Fontes, 2023.

_____. **Economia da Cultura e Indústrias Criativas: Temas emergentes e tendências** / vários autores. São Paulo: Itaú Cultural; Ed. WMF Martins Fontes, 2023.

VANNUCHI, Luanda. Bixiga em perigo: três tombamentos nada podem contra a sanha do mercado imobiliário? **Cadernos de Subjetividade**, n. 20, p. 75-78, 2019.

WATANABE, Jefferson Yuji; BORGES, Larissa de Moraes Barbosa; GUILHERME, Luciana. Economia criativa: um olhar cronológico. **Diálogo com a economia criativa**, v. 9, n. 25, 2024.

WILLIAMS, Raymond. **Culture and Society: 1780-1950**. New York: Columbia University Press, 1958.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura – usos da cultura na era global**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2013.

YÚDICE, George. Inovações na política cultural e no desenvolvimento na América Latina. **Economia da Cultura e Indústrias Criativas: Fundamentos e Evidências** – referenciais teóricos / vários autores – vol. 2. São Paulo: Itaú Cultural; Ed. WMF Martins Fontes, 2022.