



Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Comunicação (FAC)
Departamento de Jornalismo (JOR)

**IMPREVISTOS DE UMA CIDADE PLANEJADA: O MERCADO SUL E A
OCUPAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO BRASILIENSE**

Memorial de pesquisa

Richard de Assis Borges – 16/0143772

Brasília – DF
2023

IMPREVISTOS DE UMA CIDADE PLANEJADA: O MERCADO SUL E A OCUPAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO BRASILIENSE

Memorial de pesquisa

Projeto Final em Jornalismo apresentado ao curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Professora Dr.^a Fabíola Orlando Calazans Machado.

Richard de Assis Borges

Orientadora: Professora Dr.^a Fabíola Orlando Calazans Machado

Brasília – DF
2023

**IMPREVISTOS DE UMA CIDADE PLANEJADA: O MERCADO SUL E A
OCUPAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO BRASILIENSE**

Memorial de pesquisa

Projeto Final em Jornalismo apresentado ao curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Professora Dr^a Fabíola Orlando Calazans Machado.

Prof.^a Dr.^a Fabíola Orlando Calazans Machado. Orientadora.

Prof.^a Me.^a Alice Roberte de Oliveira. Examinadora.

Prof.^a Dr.^a Gabriela Pereira de Freitas. Examinadora.

Prof.^a Dr.^a Luiza Spínola Amaral. Suplente.

AGRADECIMENTOS

A todas as pessoas que vieram antes de mim, abrindo portas e pavimentando meu caminho.

À minha super mãe, Elisa de Assis, pelo companheirismo, fé, dedicação e apoio infundáveis. Este trabalho também foi tecido pelas suas mãos. Obrigado pela oferta diária nas miudezas do cotidiano, pelas palavras constantes de afirmação e por me fornecer a base material e afetiva necessária para que eu me dedicasse à graduação e concluísse mais esta importante etapa da vida.

Ao meu pai, Dionilton Alves, por ter mantido acesas em mim a curiosidade, a estima pelos estudos e a sede por conhecimento. É isso, conseguimos. Sou um jornalista formado em uma universidade pública. Espero que você esteja vendo tudo isso de onde quer que esteja e sinta orgulho.

Ao restante da família: irmão, avós, tios, tias, primos e primas, que torceram e celebraram essa conquista comigo.

Aos meus queridos amigos, por oferecerem espaço, apoio e acolhimento do desenvolvimento à conclusão deste trabalho, tornando o caminho mais leve, divertido e possível.

A Guilherme Alves, meu raio de sol e amigo do peito; porta pela qual acessei minha negritude e tantas outras belezas; presente mais valioso que a universidade me deu. Sou infinitamente grato pela companhia, os encontros sem pressa, os planos mirabolantes para mudar o mundo e as conversas frutuozas. A trajetória foi árdua, mas muito mais feliz por te ter ao meu lado. Pelo nosso encontro, passaria por tudo novamente.

À Pati Herzog, amiga e confidente de todas as horas, uma das responsáveis por me tornar um apaixonado pela cidade e as experiências verdadeiras que ela propicia.

Aos integrantes e artistas do coletivo Mercado Sul Vive, cujo trabalho cultural nos espaços públicos inspirou esta pesquisa.

À Universidade de Brasília e à Faculdade de Comunicação – seus professores, funcionários e técnicos –, a quem retribuo minhas oportunidades de estudo e a minha formação como jornalista. Agradeço à instituição por expandir meus horizontes e por me proporcionar amizades, aprendizados e momentos que guardarei por toda a vida.

À minha orientadora, Fabíola Orlando Calazans Machado, que não hesitou em me estender a mão e me acompanhar nesse tortuoso caminho que é a pesquisa acadêmica. Foram muitas as dúvidas, inseguranças e mudanças de rota que você acessou durante esse período.

Contudo, em nenhum instante desrespeitou meu tempo e minha saúde mental. Sei que não fui o orientando mais disciplinado, mas sua firmeza, doçura e disposição me fizeram persistir e concluir este trabalho. Muito obrigado!

À professora Alice Roberte de Oliveira, que, muito antes de ser convidada para compor a banca, acreditou na importância deste trabalho, elucidando possibilidades e apontando caminhos. Em um momento em que eu não tinha muita clareza sobre os rumos da pesquisa, me incentivou a continuar e a insistir nos questionamentos que me inquietavam. "O tema é relevante e a produção de conhecimento sobre o assunto é importante. Siga em frente e me mande notícias!", me respondeu prontamente por e-mail. Obrigado por aquela mensagem de fé e todas as trocas valiosas que se sucederam.

A todos os estágios, assessorias e redações que abriram as portas para mim e perfumaram a caminhada de desafios e aprendizados – a Agência de Comunicação e Empresa Júnior Facto, a Secretaria de Comunicação da UnB, o Experimente Brasília, a Revista Traços, o Metrôpoles, o portal g1 e a TV Globo.

Por fim, a Thiago Flores, Jéssica Soares, Fábria Pessoa, Rhenan Soares, José Rezende Jr., Maíra Valério, Rebeca Borges, Rebeca de Oliveira, Ingrid Ribeiro, Luiza Garonce, Morena Pinheiro, Maria Helena Martino, Marília Marques, Juliana Lima, Kellen Barreto, Caroline Dulley, Guilherme Timóteo e Marcos Melo. Estas pessoas são apenas alguns dos mentores disfarçados de repórteres, assessores, produtores e editores que eu tive a sorte de esbarrar no decorrer dos últimos anos; colegas profissionais competentes e incríveis que compartilharam, com bom grado e generosidade, o que sabiam comigo.

"A questão do tipo de cidade que queremos não pode ser separada da questão do tipo de pessoas que queremos ser, que tipos de relações sociais buscamos, que relações com a natureza nos satisfazem mais, que estilo de vida desejamos levar, quais são nossos valores estéticos. O direito à cidade é, portanto, muito mais do que um direito de acesso individual ou grupal aos recursos que a cidade incorpora: é um direito de mudar e reinventar a cidade mais de acordo com nossos mais profundos desejos." (David Harvey, 2014)

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso define-se pelo desenvolvimento de um artigo científico sobre as atividades culturais promovidas em territórios periféricos de Brasília, especificamente, as do coletivo Mercado Sul Vive. **"Imprevistos de uma cidade planejada: o Mercado Sul e a ocupação do espaço público brasiliense"** é uma reflexão sobre como a população dos subúrbios faz uso da criatividade para reivindicar a cidade e, por consequência, inaugurar lugares alternativos de convívio e encontros. Por meio da observação participante da 79ª Ecofeira do coletivo cultural, investigamos de que modo a economia criativa favorece a sociabilidade, o direito à cidade e a ocupação do espaço público brasiliense, possibilitando a transformação das metrópoles de acordo com nossas mais profundas aspirações.

PALAVRAS-CHAVES: economia criativa; cultura urbana; espaço público; direito à cidade; Brasília.

ABSTRACT

The present project is defined by the development of a scientific article on the cultural activities promoted in peripheral territories of Brasília, specifically, those of the Mercado Sul Vive collective. **"Unforeseen of a planned city: Mercado Sul and the occupation of public space in Brasilia"** is a reflection on how the population of the suburbs uses creativity to claim the city and, consequently, inaugurate alternative places for socializing and meetings. Through participant observation of the 79th Ecofeira of the cultural collective, we investigated how the creative economy favors sociability, the right to the city and the occupation of the Brazilian public space, enabling the transformation of metropolises according to our deepest aspirations.

KEYWORDS: creative economy; urban culture; public space; direct to the city; Brasília

LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 – Fluxo de pensamento introdutório à pesquisa	16
Imagem 2 – Fluxo de pensamento aplicado à pesquisa	16
Imagem 3 – Vista aérea 3D do Mercado Sul	33
Imagem 4 – <i>Print</i> da programação da 79ª Ecofeira no Instagram	34
Imagem 5 – <i>Prints</i> do diário de campo, com notas sobre o evento	36
Imagem 6 – <i>Prints</i> do diário de campo, com notas sobre o evento	36
Imagem 7 – Planejamento de produção do artigo científico	39
Imagem 8 – Tabela de orçamento do projeto	45
Imagem 9 – Lambes em muro do Beco da Cultura	46
Imagem 10 – Moradores do Beco revitalizam calçada de casa	46
Imagem 11 – <i>Graffitis</i> colorem ruas do Beco da Cultura	47
Imagem 12 – Beco da Cultura horas antes da 79ª Ecofeira	47
Imagem 13 – Espaço público do Beco modificado para a 79ª Ecofeira	48
Imagem 14 – <i>Graffitis</i> e bandeira da comunidade LGBTQIA+ em prédio do Beco	48
Imagens 15 – <i>Graffitis</i> colorem ruas do Beco	49
Imagem 16 – Lambe com a frase "Arte é trabalho" em muro do Beco	49
Imagem 17 – <i>Graffitis</i> colorem ruas do Beco	50
Imagem 18 – Pesquisador participa de Oficina de Tambores, na Casa Kaluanã	51
Imagem 19 – Oficina de Tambores na Casa Kaluanã, um dos espaços ocupados	52
Imagem 20 – Oficina de Tambores na Casa Kaluanã, um dos espaços ocupados	52
Imagem 21 – Pesquisador e Juraci Moura durante Oficina de Tambores	53
Imagem 22 – Fachada de loja revitalizada com <i>graffitis</i> , no Mercado Sul	53
Imagem 23 – Entrada de espaço ocupado pelo coletivo Mercado Sul Vive	54
Imagem 24 – Interior de espaço ocupado pelo coletivo Mercado Sul Vive	54
Imagem 25 – Feijoada da Sônia, uma das opções gastronômicas da 79ª Ecofeira	55
Imagem 26 – Fachada de brechó, no Mercado Sul	55

Imagem 27 – Varal de roupas de casa, no Mercado Sul	56
Imagem 28 – Brechós expõem roupas durante a 79ª Ecofeira	57
Imagem 29 – 79ª Ecofeira do Mercado Sul	58
Imagem 30 – Estande com artesanatos durante a 79ª Ecofeira	58
Imagem 31 – Estande com artesanatos durante a 79ª Ecofeira	59
Imagem 32 – Jovem expõe produtos artesanais durante a 79ª Ecofeira	59
Imagem 33 – Moradora do Beco vende acarajé durante a 79ª Ecofeira	60
Imagem 34 – Moradores do Beco confraternizam com vinho durante a 79ª Ecofeira ...	60
Imagem 35 – Público assiste a teatro de bonecos durante a 79ª Ecofeira	61
Imagem 36 – Duas jovens expõem roupas em crochê durante a 79ª Ecofeira	61
Imagem 37 – Montagem de tenda e estrutura de som durante a 79ª Ecofeira	62
Imagem 38 – Oficina de Capoeira Angola, na Casa Kaluanã	62
Imagem 39 – Detalhes de vestuário de participante da 79ª Ecofeira	63
Imagem 40 – 79ª Ecofeira do Mercado Sul, ao anoitecer	64
Imagem 41 – Jovens confraternizam, bebem e conversam durante a 79ª Ecofeira	64
Imagem 42 – Artistas e bandas locais se apresentam durante a 79ª Ecofeira	65
Imagem 43 – Moradores do Beco celebram com música, comida e cerveja	65
Imagem 44 – Banheiro com linguagem neutra na 79ª Ecofeira	66
Imagem 45 – Churrasqueira caseira instalada por moradores durante a 79ª Ecofeira ...	66

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 PROBLEMA DE PESQUISA	15
3 JUSTIFICATIVA	17
4 OBJETIVOS	18
5 REFERENCIAL TEÓRICO	19
5.1 Jornalismo	19
5.1.1 Jornalismo Cultural	19
5.2 A cidade	21
5.2.1 Significados etimológico e sociológico	21
5.2.2 Cidade-satélite	22
5.2.3 O direito à cidade	24
5.3 A cultura	25
5.3.1 Coletivos culturais, cultura de rua e arte pública	25
5.4 A economia criativa	27
5.4.1 Indústrias criativas: convergência de artes, negócios e tecnologia	27
6 METODOLOGIA	30
6.1 Observação participante	30
7 DESENVOLVIMENTO DO ARTIGO CIENTÍFICO	32

7.1 Um caminho íngreme: em busca de um problema de pesquisa _____	32
7.2 Olhar e Ouvir: participando da vida cultural do Mercado Sul _____	34
7.3 Escrever: Produção do artigo científico _____	37
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
10 APÊNDICES	46
10.1 Apêndice A: Orçamento _____	45
10.2 Apêndice B: Imagens complementares do diário de campo _____	46

1 INTRODUÇÃO

O fenômeno das indústrias criativas é mais recente que a capital do país, fundada em abril de 1960. O termo surgiu na Austrália¹, no fim da década de 1990, para designar setores nos quais a criatividade é o principal insumo do negócio (BENDASSOLLI et al., 2009). Nesse ínterim, essas indústrias se popularizaram globalmente, como uma alternativa de crescimento socioeconômico e territorial, principalmente aos países emergentes, tornando-se um efervescente e promissor campo de desenvolvimento nas cidades baseado na geração e exploração da propriedade intelectual (JEFFCUTT, 2000).

No Distrito Federal, não é incomum se deparar com eventos que englobam inúmeras das atividades circunscritas às indústrias criativas, como festas, festivais de música, exposições de arte, encontros de cultura popular e feiras de moda, design e artesanato. Multifacetados, movimentam a economia local, diversificam a oferta turística da cidade e promovem locais descontraídos de experiências e interação para o público.

Apesar de parte considerável desses programas acontecer em espaços públicos da região central de Brasília, outra relevante parcela é sediada nas chamadas cidades-satélites, localizadas em regiões administrativas, na periferia da capital. Um dos polos criativos mais populares da cena *underground*² brasiliense é o Mercado Sul, antigo centro comercial de Taguatinga que, com o tempo, tornou-se uma espécie de vila cultural. No local (afetivamente chamado de Beco, por estar situado entre vielas), o Mercado Sul Vive, um coletivo formado por moradores, pequenos empreendedores e jovens artistas, faz uso de espaços públicos subutilizados para promover atividades de cultura, consumo, capacitação artística e lazer.

Nesta pesquisa, tomamos a cidade, "lugar de consumo de signos" (LEFEBVRE, 2001, p. 70), como fio condutor da investigação. Seguimos a perspectiva de Fernanda Martinelli e Alice Oliveira (2019) e compreendemos a economia criativa como um fenômeno essencialmente urbano, que emerge das interações constantes e intensas entre os atores sociais das metrópoles.

¹ Apesar de o termo ter nascido na Austrália, foi na Inglaterra, inicialmente, que ganhou maior impulso. Em 1997, criou-se no Reino Unido o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS, em inglês), logo no início do governo trabalhista. No ano seguinte, fundou-se também um Grupo de Trabalho para as Indústrias Criativas, que consolidou um documento histórico denominado "Mapeamento das indústrias criativas". De acordo com o British Council (2010), a organização internacional sem fins lucrativos responsável pelas relações culturais do país, o estudo detalhado "foi a primeira tentativa sistemática para definir e medir as indústrias criativas, e foi projetado para coletar dados sobre as indústrias e promover o conhecimento do setor" (BRITISH COUNCIL, 2010, p. 13).

² A palavra *underground*, do inglês, "subterrâneo", costuma ser usada para designar qualquer ambiente, expressão ou produção cultural alternativa que foge dos padrões comerciais e do *mainstream* midiático.

Escolhemos o Mercado Sul Vive como objeto de análise pela diversidade de suas ações e relevância histórica do território em que atua, preexistindo à própria capital. O Mercado Sul, enquanto lugar físico, foi construído no fim da década de 1950, tendo sido um dos primeiros centros comerciais do Distrito Federal. Com o tempo, tornou-se reduto cativo da boemia taguatinguense, consolidando-se, mais recentemente, como uma espécie de vila de cultura, onde famílias, trabalhadores e artistas de vários cantos do país fixaram residência.

A proposta do produto de comunicação – um artigo científico – é refletir sobre como a sociabilidade e o direito à cidade são favorecidos pela economia criativa, a partir da ocupação e ressignificação dos espaços públicos brasileiros. Para isso, realizamos a observação participante da 79ª edição da Ecofeira, tradicional evento do Beco. Pensamos os meios de socialização a partir das territorialidades dessas indústrias – isto é, prestando atenção à diversidade de corpos, hierarquias e sistemas, às especificidades do convívio e aos diferentes modos de vida evocados pelos territórios em que estão (MARTINELLI; OLIVEIRA, 2019).

Um dos principais achados do percurso investigativo foi que as atividades de base cultural e criativa praticadas em ambientes públicos periféricos, a exemplo das manifestações do Mercado Sul Vive, podem assumir formas particulares de ação política e socialização entre os indivíduos, representando uma via para a reapropriação e a transformação das cidades.

Nas páginas a seguir, fazemos memória de todo o processo de concepção e desenvolvimento deste projeto – da formulação do problema de pesquisa e seleção da metodologia ao registro imagético de diário de campo e resultados do percurso investigativo.

2 PROBLEMA DE PESQUISA

A partir de uma observação despretensiosa em eventos culturais que eu frequento, como festas, festivais de música e feiras de arte, moda e design, constatei que parte majoritária desses programas acontecia em espaços públicos modificados ou reconfigurados para tais fins.

Nos redutos onde se sediam essas atividades de base criativa e cultural, uma diversidade de artes e intervenções urbanas – expressão palpável da criatividade e do talento dos agentes envolvidos – reformula a dimensão estética dos lugares e atribui a eles novos significados, propondo uma relação mais atenta, demorada e sensível com a cidade. Para Santos (2004, 2008 apud MACEDO, 2019), são as práticas desses grupos, em espaços determinados, que acabam por transformar esses locais em "lugares vividos". Em suma, é possível afirmar que através dessas experiências recreativas em ambientes urbanos se cumpre o direito à cidade (LEFEBVRE, 2001); o cidadão se apropria do lugar em que vive.

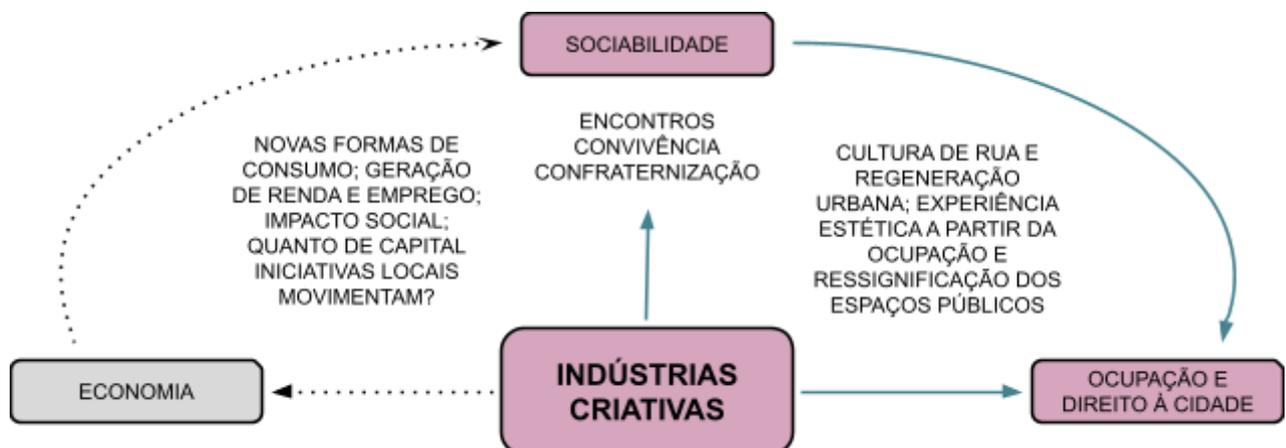
Paralelamente a esse entendimento, levantou-se a hipótese de que as práticas da economia criativa têm potencial para fomentar a socialização entre os atores sociais. Em uma cidade planejada como Brasília, cuja morfologia acarreta uma menor espontaneidade do encontro entre os indivíduos (MARTINELLI; OLIVEIRA, 2019), as indústrias criativas desempenhariam, então, suposta função social – ou seja, de promover convivência, interação e confraternização.

Para visualizar melhor as interseccionalidades identificadas, desenhou-se um diagrama, com o objetivo de chegar ao problema de pesquisa.

Imagem 1 – Fluxo de pensamento introdutório à pesquisa

Fonte: fluxo desenvolvido pelo pesquisador.

Devido ao pouco tempo disponível de produção e à complexidade e abrangência dos temas, optou-se por abordar no trabalho apenas a relação entre sociabilidade, ocupação do espaço público e direito à cidade, como demonstrado a seguir.

Imagem 2 – Fluxo de pensamento aplicado à pesquisa

Fonte: fluxo desenvolvido pelo pesquisador.

A partir desse contexto, elaborou-se a pergunta que norteou o desenvolvimento do trabalho e selecionou-se o projeto criativo local que serviria como objeto de análise. A questão foi a seguinte: de que maneira a economia criativa, a exemplo das atividades do Mercado Sul Vive, favorece a sociabilidade e o direito à cidade, a partir da ocupação e ressignificação do espaço público?

3 JUSTIFICATIVA

Ainda durante a graduação, teve-se a certeza de que as indústrias criativas seriam objeto de estudo deste trabalho. Nas últimas décadas, elas tornaram-se um efervescente campo de desenvolvimento nas cidades baseado na propriedade intelectual (JEFFCUTT, 2000), dispendo de elevado potencial para apoiarem a redução das desigualdades e o crescimento socioeconômico e territorial dos países.

No Brasil, o fenômeno da economia criativa é relativamente recente. Um fato que exemplifica esta experiência ainda incipiente do país é a pouca variedade de políticas públicas para o fomento das atividades dessas indústrias, além da ausência de indicadores de avaliação e metodologias de avaliação capazes de identificar gargalos e *cases* bem-sucedidos que possam ser replicados (MILAN, 2016).

A escolha do produto como um artigo científico sobre o tema deve-se a alguns motivos. O primeiro, por reconhecer que, apesar da importância econômica das indústrias criativas e de sua intrínseca relação com a Comunicação e o espírito do nosso tempo, a literatura acerca do tema ainda é escassa e dispersa (BENDASSOLLI, 2009). Portanto, nada mais atual e pertinente do que contribuir com os estudos de um dos setores que mais crescem no mundo, gerando emprego, renda e inovação.

O segundo motivo é por considerar a relevância do trabalho desenvolvido pela comunidade do Mercado Sul. São décadas de uma história, tecida a muitas mãos, que alia arte, cultura e criatividade, em torno da apropriação de lojas e imóveis ociosos do antigo centro comercial de Taguatinga. Como já repercutido, a questão da ocupação e ressignificação do espaço público muito nos interessa.

Parte majoritária das atividades promovidas pelo coletivo Mercado Sul Vive pode ser incluída na alçada das indústrias criativas. No território, grupos multidisciplinares de jovens, moradores e artistas se mobilizam na organização de feiras, festas, festivais LGBTQIA+, shows, saraus, brechós e oficinas de capacitação nas áreas de música, teatro, audiovisual, artesanato e cultura popular. Como destaca o manifesto do Mercado, "o Beco vira palco, roda de capoeira, escola, ecofeira, comunidade, santuário, espaço de produção e aprendizagem" (MERCADOSUL.ORG, 2015).

Por fim, vale mencionar a importância de lançar luz sobre produções e serviços criativos gestados fora do centro da cidade. Acredita-se que existe uma riqueza imensurável nas manifestações culturais e artísticas promovidas tradicionalmente nas periferias brasilienses. Contudo, essa pluralidade ainda é pouco privilegiada pela mídia e a academia.

4 OBJETIVOS

O primeiro desejo ao idealizar este Trabalho de Conclusão de Curso foi criar uma revista de cultura impressa, que apresentasse a diversidade da economia criativa brasiliense. Até então, o objetivo principal era apresentar, em textos e reportagens, projetos e iniciativas criativas locais que têm em comum a ocupação e a intervenção nos espaços urbanos.

Contudo, ao discutir a viabilidade e o custo do trabalho com a professora orientadora Dr^a Fabíola Orlando Calazans Machado e a professora Gabriela Pereira de Freitas (que estava conduzindo a orientação do projeto à época em que ele nasceu), chegou-se à conclusão de que seria mais proveitoso contemplar as indústrias criativas em um produto mais objetivo e sintético, e com maior capacidade e facilidade de circulação futura. Desse modo, optou-se pela produção de um artigo científico sobre o Mercado Sul Vive, em Taguatinga.

O objetivo central deste trabalho, de inspiração etnográfica, é refletir sobre as ações promovidas pelo coletivo cultural no território periférico. Através da observação participante de um dos eventos do grupo, a intenção é refletir de que forma a sociabilidade e o direito à cidade podem ser favorecidos pela economia criativa.

Entre os objetivos específicos do projeto, pode-se citar:

- analisar como se dá a ocupação e a resignificação do espaço público para cultura, consumo e lazer no Mercado Sul, buscando compreender como a dimensão estética é enfatizada nesses redutos;
- investigar como as atividades do evento analisado promovem a socialização de grupos específicos;
- apurar as relações de afeto estabelecidas entre a comunidade e o território;
- contribuir para a visibilidade das manifestações artísticas e culturais organizadas nos territórios periféricos brasilienses.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 Jornalismo

5.1.1 Jornalismo Cultural

De acordo com Daniel Piza (2010), embora não seja possível determinar a data de nascimento do jornalismo cultural, pode-se afirmar com certa segurança que ele "nasceu na cidade e com a cidade" (PIZA, 2010, p. 12). Esse tipo de jornalismo, "dedicado à avaliação de ideias, valores e artes", desempenhou importante papel na disseminação do movimento iluminista que marcou o século XVII. Foi em meados do século XIX, porém, quando a industrialização já tinha alcançado níveis globais, que a crítica cultural se tornou mais influente – tanto ao ponto de ser considerada uma forma autônoma de arte (PIZA, 2010).

Um dos primeiros marcos históricos do gênero aconteceu, segundo o teórico, em 1711, quando dois ensaístas ingleses, Richard Steele e Joseph Addison, fundaram em Londres uma revista cultural diária chamada *The Spectator*³. Em tom reflexivo e irônico, a publicação falava de assuntos variados – de política, moda e festivais de música e teatro, a livros, óperas e costumes –, fazendo uso de uma linguagem culta, quase literária, contudo, menos formal que a de outros jornais.

Os sócios do impresso defendiam a ideia de que o conhecimento poderia ser uma atividade lúdica e acessível às camadas populares da sociedade, não mais reservada apenas aos doutos, acadêmicos e intelectuais da época. Não demorou muito tempo para que outros periódicos, obras literárias, panfletos satíricos e críticos inspirados pelos ideais do *The Spectator* e do jornalismo cultural nascente surgissem mundo afora. Como conta Piza (2010), "iniciava-se, (...) graças ao poder multiplicador da imprensa, uma era de ouro do jornalismo (...) tão influente na modernidade quanto as revoluções políticas, as descobertas científicas, a educação liberal ou o romance realista". (PIZA, 2010, p. 13)

No Brasil, a grande época da crítica cultural em jornal se estendeu entre os anos 1940 e 1960, período marcado pela democratização da TV como veículo de comunicação de massa e consequente aumento da produção de obras culturais em escala. Dentre exemplos de periódicos – e suas respectivas seções – que tiveram bom êxito na empreitada de consolidar o jornalismo de cultura na imprensa nacional, ao longo das décadas, estão Correio da Manhã

³ "O Espectador", em inglês.

(Quarto Caderno), Jornal do Brasil (Caderno B), O Estado de S. Paulo (Suplemento Literário e, depois, Caderno 2) e Folha de S. Paulo (Ilustrada).

Os objetos de interesse do jornalismo cultural guardam intrínseca relação com as atividades e setores contemplados pelas indústrias criativas. Isso porque, na compreensão de Rivera (2003), citado por Ballerini (2006),

O jornalismo cultural é uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou divulgatórios os terrenos das “belas-artes”, as “belas-letas”, as correntes do pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar sua origem ou destinação (RIVERA, 2003, BALLERINI, 2006, p. 44-45).

A especialização da profissão jornalística, como o nome sugere, se dedica a cobrir fatos relacionados à cultura, em suas mais variadas manifestações – como as artes plásticas e visuais, o design, o teatro, a música e o cinema.

De acordo com Faro (2009), em Ballerini (2006), o ofício do jornalista cultural se insere em um campo de abrangência que ultrapassa o aspecto meramente informativo, pois "estrutura a percepção dos leitores, orienta suas apreensões, conduz pragmaticamente a localização de sua recepção no complexo de sentidos presentes em cada pauta" (FARO, 2009, apud BALLERINI, 2006, p. 45).

Na contemporaneidade, a modalidade perdeu espaço, visibilidade, credibilidade crítica e pessoal nas redações de jornais, sites e revistas. Um dos motivos é o fato de o jornalismo cultural trabalhar com uma linguagem própria de comunicação e reunir um tipo de informação caracterizada pelas *soft news*, uma categoria de notícia menos privilegiada pela imprensa do que as *hard news*. Rachel Marcelino (2019) explica as diferenças técnicas entre as respectivas classificações.

Ao contrário das *hard news*, notícias mais objetivas e informativas, as quais visam a imparcialidade do texto e extinguem dele qualquer subjetividade, as *soft news* não dialogam sobre temas diretamente relevantes para o interesse público, mas abordam assuntos com apelo humano. As *soft news* referem-se a temas socialmente menos relevantes, abordados com uma liberdade narrativa textual maior e aproximando os conteúdos do cotidiano mais imediato do público. Dentre os exemplos, entretenimento, esportes, cultura, arte e moda (MARCELINO, 2019, p. 21).

Além disso, impera na imprensa, até mesmo entre repórteres atuantes em áreas correlatas, a ideia de que escrever sobre arte e cultura é uma atividade simples e trivial; de que o jornalismo cultural abriga importância e complexidade inferiores aos de outras modalidades

de cobertura jornalística, como a política, por exemplo. Pressuposto esse combatido por Piza (2010).

Essa expressão, jornalismo cultural, é um pouco incômoda, porque parece tratá-lo da mesma forma como tantas vezes ele ainda é tratado pela grande imprensa brasileira – desempenhando um papel algo secundário, quase decorativo. Os "segundos cadernos" têm uma importância para a relação do jornal com o leitor (...) que é muito maior do que se supõe. Além disso, há uma riqueza de temas e implicações no jornalismo cultural que também não combina com seu tratamento segmentado; afinal, a cultura está em tudo, é da sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens. (...) O problema do empobrecimento do jornalismo cultural vem também da banalização de seu alcance. (...) Mais que uma perda de espaço, trata-se de uma perda de consistência e ousadia e, como causa e efeito, uma perda de influência (PIZA, 2010, p. 7-8).

5.2 A cidade

5.2.1 Significados etimológico e sociológico

Para introduzir a problemática urbana, faz-se oportuno visitar algumas definições sobre a cidade, já que é ela o fio condutor do trabalho.

Cidade, segundo o dicionário Aurélio Digital, é:

Complexo demográfico formado, social e economicamente, por uma importante concentração populacional não agrícola, dedicada a atividades de caráter mercantil, industrial, financeiro e cultural; urbe (AURÉLIO, 2010).

A palavra cidade deriva do latim *civitas*, significando, originalmente, "cidadania" ou "cidadão"; uma pessoa participante da comunidade. Em alguns casos, *civitas* também pode equivaler à *urbs* – isto é, a cidade em seu sentido mais físico e material.

Tais descrições etimológicas referem-se a um sentido popular da palavra cidade. Todavia, cidade também refere-se a um fenômeno específico, que é explorado e conceituado sociologicamente por autores e pesquisadores.

Para Henri Lefebvre (2001), as cidades são centros de intensa vida urbana que caracterizam a sociedade moderna; representam, ao mesmo tempo, "o local e o meio, o teatro e a arena de interações complexas" (LEFEBVRE, 2001, p. 58). Preexistindo à própria industrialização, elas são produto da concentração geográfica e social de um excedente de produção, também configurando, portanto, um fenômeno de classe (HARVEY, 2014).

Lefebvre (2001) descreve o tecido urbano como um sistema complexo, cuja base reúne fenômenos de ordem social e cultural. Esse tecido é o suporte de um "modo de viver" bastante

distinto da vida no campo e das antigas estruturas agrárias. Segundo o pensador, os elementos que moldam esse modo de vida podem ser divididos em subsistemas de objetos (a morfologia material da cidade; realidade presente e imediata) – como a água, a eletricidade, o gás, os automóveis e os meios de comunicação – e de valores (a morfologia social; aquela a ser concebida). A esse último conjunto, incluem-se os lazeres, os costumes e as práticas culturais (LEFEBVRE, 2001).

Acumulando não apenas as riquezas como também os conhecimentos, as técnicas e as obras (LEFEBVRE, 2001), os centros urbanos também desempenham influência notável na vida social humana,

pois a cidade não somente é, em graus sempre crescentes, a moradia e o local de trabalho do homem moderno, como é o centro iniciador e controlador da vida econômica, política e cultural que atraiu as localidades mais remotas do mundo para dentro de sua órbita e interligou as diversas áreas, os diversos povos e as diversas atividades num universo (WIRTH, apud VELHO 1973, p. 91).

Simmel (1987) também compreende a metrópole a partir das múltiplas relações que ela promove, definindo-a como um ecossistema de estímulos, hierarquias, interesses e relações, que acaba por suscitar estilos particulares de vida (MARTINELLI; OLIVEIRA, 2019). Park (1967), em Harvey (2014), atesta a mudança definitiva que essa ampla rede de interações causou na maneira como o homem se relaciona e se reconhece no mundo. De acordo com o sociólogo urbano, a cidade é

a tentativa mais coerente e, em termos gerais, mais bem-sucedida de refazer o mundo em que vive, e de fazê-lo de acordo com seus mais profundos desejos. Porém, se a cidade é o mundo criado pelo homem, segue-se que também é o mundo em que ele está condenado a viver. Assim, indiretamente e sem nenhuma consciência bem definida da natureza de sua tarefa, ao criar a cidade o homem recriou a si mesmo (PARK, 1967, apud HARVEY, 2014, p. 28).

5.2.2 Cidade-satélite

Como conceito urbano, cidade-satélite⁴, ou apenas satélite, segundo Conceição Freitas (2023), é um bairro mais dono de si; "um subúrbio que alcançou certo grau de autonomia em relação à metrópole" (FREITAS, 2023, p. 12).

⁴ Por ser considerado um termo depreciativo por parte da população, o uso de "cidade-satélites" em documentos públicos e documentos oficiais no âmbito do Governo do Distrito Federal chegou a ser proibido por lei: trata-se do Decreto 19.040, de 18 de fevereiro de 1988. Apesar das formalidades, a expressão nunca deixou o vocabulário e o imaginário brasilienses.

Lefebvre (2001) explica que a formação dos subúrbios é consequência do intenso inchaço demográfico nas cidades, que acabou por fragmentá-las em "cidades menores" em seu entorno. O avanço dos processos de industrialização possibilitou a concentração dos meios de produção, atraindo a população rural para o frenesi e a "intensa vida nervosa" dos grandes centros urbanos (SIMMEL, 1987).

Os subúrbios, sem dúvida, foram criados sob a pressão das circunstâncias a fim de responder (...) à chegada maciça dos camponeses levados para os centros urbanos pelo "êxodo rural". Nem por isso o processo deixou de ser orientado por uma estratégia. (...) Com a "suburbanização" principia um processo, que descentraliza a cidade. Afastado da cidade, o proletariado acabará de perder o sentido da obra. (...) Em redor da cidade instala-se uma periferia desurbanizada e no entanto dependente da cidade. Com efeito, "os suburbanos" não deixam de ser urbanos mesmo que percam a consciência disso (LEFEBVRE, 2001, p. 24-25).

Atualmente, segundo a Secretaria de Estado de Governo, o Distrito Federal é dividido em 33 regiões administrativas⁵, ou RAs (como são oficialmente chamadas as satélites). O Plano Piloto foi a única a ser estruturada integralmente com as características regulares e hierárquicas contidas no Plano Urbanístico da cidade, que idealizava uma cidade central, funcional, monumental e com aspecto modernista, como reflete Macedo (2019). A ascendência e a centralidade dessa região na dinâmica urbana, segundo a autora, carrega vários significados e implicações na vida cotidiana de quem habita e frequenta seu espaço geográfico.

Historicamente, de forma particular, em Brasília, as cidades-satélites têm sido usadas como estratégia ideológica de classe para ocultar as contradições sociais da capital e "manter a população pobre, força de trabalho necessária ao abastecimento do centro (o Plano Piloto), afastada e escondida", conforme descrito no trabalho de Martinelli e Oliveira (2019). O resultado dessa tática de exclusão é uma periferia que vive deslocada da vida urbana plena (LEFEBVRE, 2001) e do acesso a bens e serviços básicos, inclusive, dos espaços convencionais de lazer.

Em prosa, Freitas (2023) partilha a curiosa dicotomia, muito comum entre os brasilienses que moram em cidades-satélites, que é estar na capital, mas não pertencer exclusivamente a ela.

⁵ O termo "região administrativa" (RA) designa as cidades-satélites que "orbitam" o entorno de Brasília, "cujos limites físicos definem a jurisdição da ação governamental para fins de descentralização administrativa e coordenação dos serviços públicos" (Secretaria de Estado de Governo do Distrito Federal). A denominação passou a ser usada a partir da promulgação da Lei 4.545, de 10 de dezembro de 1964, que reorganizou a administração do DF em órgãos regionais.

Não sei dizer onde moro. Na capital do país? Muito pouco, quase nunca. Em manifestações populares, sim. Sinto que estou na maquete que, com dignidade de intenção, Lucio inventou para que o Brasil tivesse uma sede administrativa à altura de sua história, de seu povo, de sua cultura e de sua alma – o Plano Piloto, a Esplanada, os Três Poderes. Mas eu não moro no Plano. Menos de 8% dos brasilienses vivem nas asas do avião. A maioria absoluta dos habitantes do Quadrado mora em outras cidades – em satélites. (...) Se me pergunto onde moro, moro dentro e fora do Plano, e o Plano mora dentro e fora de mim. (...) Exilado do urbanismo moderno do Plano Piloto, o brasiliense das satélites tem uma relação afetiva com a RA [Região Administrativa] como tem com a casa onde mora. Quem é de Brasília pertence a dois lugares: a capital tão reverenciada e poderosa e a satélite onde a gente mora – a casa sem paredes que todas as noites ou todos os dias nos chama de volta (FREITAS, 2023, p. 9).

5.2.3 O direito à cidade

Em 1967, Henri Lefebvre escreveu o célebre ensaio seminal *Le droit à la ville* (O direito à cidade, em francês). Nele, o filósofo marxista e sociólogo propõe um programa político de reforma urbana, protagonizado necessariamente pela classe operária, "que não apenas pode ter acesso real ao espaço público, mas que também pode ser empoderada para criar novos espaços comuns de socialização e ação política" (HARVEY, 2014, p. 21). O autor formula esse direito como "direito à vida urbana, transformada, renovada" (LEFEBVRE, 2001, p. 118).

O direito à cidade se manifesta como forma superior dos direitos: direito à liberdade, à individualização na socialização, ao habitat e ao habitar. O direito à obra (à atividade participante) e o direito à apropriação (bem distinto do direito à propriedade) estão implicados no direito à cidade. (...) Não à cidade arcaica mas à vida urbana, à centralidade renovada, aos locais de encontro e de trocas, aos ritmos de vida e empregos do tempo que permitem o uso pleno e inteiro desses momentos e locais (LEFEBVRE, 2001, p. 134-139).

"O direito à cidade não é um direito individual exclusivo, mas um direito coletivo concentrado" (HARVEY, 2014, p. 245). Também não é um direito assegurado, mas a ser diariamente reivindicado. Nele, está contida a possibilidade, por parte de todos que participam da dinâmica urbana – inclusive, dos trabalhadores dos subúrbios – de imaginar e recriar um tipo diferente de cidade e de urbanismo, onde "o uso (a fruição, a beleza, o encanto dos locais de encontro) predomina ainda sobre o lucro e o proveito, sobre o valor de troca" (LEFEBVRE, 2001, p. 53).

A questão do tipo de cidade que queremos não pode ser separada da questão do tipo de pessoas que queremos ser, que tipos de relações sociais buscamos, que relações com a natureza nos satisfazem mais, que estilo de vida desejamos levar, quais são nossos valores estéticos. O direito à cidade é, portanto, muito mais do que um direito

de acesso individual ou grupal aos recursos que a cidade incorpora: é um direito de mudar e reinventar a cidade mais de acordo com nossos mais profundos desejos. (...) A liberdade de fazer e refazer a nós mesmos e a nossas cidades, (...) é um dos nossos direitos humanos mais preciosos, ainda que um dos mais menosprezados (HARVEY, 2014, p. 28).

Lefebvre (2001) afirma que a sociedade urbana possui necessidades antropológicas específicas, atreladas à demanda por atividades "criadoras", por informação e por outras ações de caráter imagético e lúdico. O que seriam, portanto, essas necessidades específicas, além da necessidade de "lugares qualificados" para a concretização de todas essas atividades? O direito à cidade, portanto, também implica no direito, em suma, de usufruir dos espaços urbanos.

5.3 A cultura

5.3.1 Coletivos culturais, cultura de rua e arte pública

Por definição, coletivos culturais são, na compreensão de John Downing (2002),

uma organização de pessoas que lutam por interesses comuns e vislumbram avanços que, em grande medida, independem do que o Estado pode conceder – objetivos que guardam uma relação muito mais próxima com um senso de crescimento e identidade pessoais em interação com a subcultura dos movimentos oriundos dos setores populares. Os coletivos são independentes e desierarquizados, formados por um grupo de pessoas [na maioria das vezes jovens oriundos de territórios subalternos] unidas por interesses comuns, e que desenvolvem ações de “cultura de oposição” com um forte potencial de “mídia radical” (DOWNING, 2002, p. 57).

Os movimentos de ocupação e resistência cultural vigentes no Brasil e no mundo podem ser interpretados como sintomas da desigualdade social e da má distribuição territorial intrínsecas aos processos urbanos. Harvey (2014) observa que esses grupos que se mobilizam pelo direito à cidade são formados, em geral – e o Mercado Sul atesta essa reflexão –, por moradores pobres em comunidades negras, pessoas em situação de rua que reivindicam seu direito à moradia e jovens negros LGBTQIA+ que se organizam por seu direito à segurança nos espaços públicos.

Segundo Lefebvre (2001), as metrópoles se constituem a partir de uma lógica determinada de segregação que, a partir do intenso crescimento demográfico, afasta os trabalhadores e as populações mais vulneráveis da "cidade tradicional" (LEFEBVRE, 2001) – isto é, dos centros urbanos. Nesse cenário, a cultura de rua emerge como alternativa de

reivindicação e reapropriação desses espaços. André H. S. Beserra (2019) entende esse tipo de manifestação como aquela que acontece fora do ambiente corporativo, através de práticas de convivência e lazer em locais públicos, como praças, monumentos e lugares de ocupações culturais.

A tese do pesquisador vai de encontro com a afirmação de Macedo (2019) de que as manifestações culturais organizadas e praticadas em ambientes públicos assumem "formas particulares de socialização entre agentes e a cidade" (MACEDO, 2019, p. 257). Segundo a autora,

os espaços (...) são diversos e podem ser modificados, ativados e reconfigurados. É a partir da diversidade de suas dimensões, e das práticas e experiências dos agentes sociais, que um espaço público urbano se transforma; por meio dessas práticas os espaços cumprem, por exemplo, sua função cultural (Williams, 2008). Sendo assim, quando cumpre sua função, o espaço permite a socialização não só entre as pessoas, mas entre as pessoas e a cidade. Mediante manifestações culturais, os espaços públicos permitem que os agentes sociais ultrapassem a própria ordem espacial preestabelecida; (...) possibilitam que os limites da construção – objetiva e subjetiva do espaço sejam modificados, que seus signos sejam ressignificados (MACEDO, 2019, p. 260).

Tal qual Macedo (2019), assimilamos os espaços públicos a partir de sua multifuncionalidade, que permite que eles assumam, então, funções variadas e distintas das para as quais foram inicialmente concebidas.

Trazendo a problemática para a realidade brasileira, esse argumento explicaria, por exemplo, como um setor comercial se transforma em reduto carnavalesco, em uma determinada época do ano; uma superquadra tem a capacidade de sediar atividades que extrapolam a escala residencial; uma loja abandonada pode ser convertida em espaço multiuso de arte; e, no caso do nosso objeto de análise, um mero espaço de passagem como um beco se torna algum tipo de quintal coletivo, onde se realizam feiras, shows e toda sorte de programas culturais. Portanto, as atividades recreativas desempenhadas em ruas e espaços inusuais – por vezes, não idealizados para tais finalidades – rompem, ainda que provisoriamente, a austeridade da cidade planejada, conferindo a ela possibilidades alternativas de convívio e ressignificação (MACEDO, 2019).

Harvey (2014) também oferece contribuições teóricas relevantes ao elucidar o papel central da cultura popular na luta anticapitalista e na instituição de uma vida cotidiana mais lúcida nas cidades.

Mas a cultura popular, como é produzida nas relações comuns da vida cotidiana, também é de importância crucial. É onde se encontra um dos espaços fundamentais

da esperança de construção de um tipo alternativo de globalização e uma vibrante política antimercantilização: uma política em que as forças progressivas da produção e transformação cultural podem buscar apropriar-se das forças do capital e suprimi-las, e não o contrário (HARVEY, 2014, p. 206).

Na empreitada de restituir o caráter lúdico e compartilhado da cidade, a cultura de rua caminha constantemente junto à arte pública. Enquanto "criadora de objetos sensíveis" (SILVA, 2006, p. 6), essa arte que ultrapassa os museus para morar em muros, becos e calçadas estabelece contato direto com o cidadão, convidando-o a uma mais desperta experiência urbana. Através dessas manifestações, segundo Knauss (2009), democratiza-se, um pouco mais, não só a arte, mas a cidade, em geral.

Pode-se dizer que o papel das imagens urbanas foi sendo redefinido, de modo que a arte pública passou a demarcar territórios da cidade e afirmar identidades, os poderes locais e a força comunitária. É nessa altura que arte pública pode ser identificada com a valorização da diversidade das experiências urbanas. (...) O seu desafio contemporâneo tem sido tentar fazer do território urbano um espaço compartilhado que ultrapassa as barreiras eventuais da ordem social e afirma a cidade como de todos os seus cidadãos (KNAUSS, 2009, p. 18-29).

Apesar de sua natureza acessível, a arte pública não está isenta de estigmas e preconceitos. Beserra (2019) nos recorda que qualquer modificação do espaço público por vias não oficiais tende a ser interpretada como ato de vandalismo por segmentos conservadores da sociedade. Ainda assim, vale reconsiderar o inestimável papel que essas manifestações assumem na construção de consciências políticas e na regeneração urbana, sobretudo, de territórios periféricos. Livia de Tomassi (2013), citada por Beserra (2019), conclui que

(...) é por meio da música, literatura, cinema, teatro, dança e de outras linguagens artísticas que o povo pobre dos fundões da metrópole vem dando um novo significado à expressão periferia. Uma denominação que até os anos 80 designava genericamente o amontoado de precárias residências que ocupam as franjas das grandes cidades. Hoje, a cultura de periferia vem na contramão da história, desmontando os estigmas e os estereótipos que pesam sobre os arrabaldes. Nos becos e vielas do subúrbio pulsa uma arte original, criativa e vibrante. (...) A cultura na periferia surge como elemento aglutinador da comunidade. (...) E a comunidade, diferente do movimento de tipo reivindicatório, se expressa em função do que tem e não por aquilo de que carece. Sendo assim sua manifestação tem um potencial mobilizador de grande intensidade. A cultura gera movimentação social, desperta consciências, embrenha processos políticos, promove transformações. (...) Na periferia, sem arte não há transformação (TOMMASI, 2013, apud BESERRA, 2019, p. 21).

5.4 A economia criativa

5.4.1 Indústrias criativas: convergência de artes, negócios e tecnologia

O termo indústrias criativas nasceu em meados da década de 1990, difundindo-se inicialmente pelo Reino Unido, a partir do pressuposto de que as atividades com raízes na cultura e na criatividade representavam uma potente e importante fonte de riqueza, emprego e inovação. Nessas indústrias, as quais possuem a criatividade como a matéria-prima do negócio (BENDASSOLLI et al., 2009), agentes de diferentes segmentos fazem uso de talento e informação para a produção de bens simbólicos (MARTINELLI; OLIVEIRA, 2019).

As indústrias responsáveis por tais produtos compõem um grupo heterogêneo, mas possuem vários elementos em comum. Essas indústrias, que geram lucros através das habilidades criativas de seus empregados e da criação de propriedade intelectual, são conhecidas como indústrias criativas (...) No entanto, as indústrias criativas não funcionam isoladamente. Elas se situam no centro de uma rede com outros setores da indústria e são uma fonte de inovação para a economia global, especialmente através do desenho, do fortalecimento das marcas e da publicidade. (...) Esta rede, mais ampla, é conhecida como a economia criativa (BRITISH COUNCIL, 2010, p. 10).

Em 1997, criou-se o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS, em inglês), logo no início do governo trabalhista no Reino Unido. No ano seguinte, fundou-se também um Grupo de Trabalho para as Indústrias Criativas, que consolidou um documento histórico denominado "Mapeamento das indústrias criativas". De acordo com o British Council (2010), a organização internacional sem fins lucrativos responsável pelas relações culturais do país, o estudo "foi a primeira tentativa sistemática para definir e medir as indústrias criativas, e foi projetado para coletar dados sobre as indústrias e promover o conhecimento do setor" (BRITISH COUNCIL, 2010, p. 13).

O DCMS, referência no tema, define as indústrias criativas como

aquelas atividades que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais, assim como possuem o potencial de criar emprego e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual (DCMS, 1998, apud BRITISH COUNCIL, 2010, p. 14).

Bendassolli (et al., 2009) interpreta a economia criativa como produto de uma virada cultural, que inaugurou mudanças significativas em termos de valores, comportamentos, estilos de vida e de trabalho, e, sobretudo, de hábitos de consumo. A partir de um "processo de estetização da vida cotidiana" (FEATHERSTONE, 1991, apud BENDASSOLLI et al.,

2009, p. 14), os lazeres, o entretenimento e os bens culturais passaram a desempenhar papel cada vez mais importante na construção da subjetividade e da identidade pessoal.

A necessidade de experiências capazes de aguçar a sensibilidade e a imaginação ganha novas proporções. A demanda ilimitada dos consumidores contemporâneos por novidades desses vieses insere as indústrias criativas em uma promissora e imprevisível "espiral inovativa" (BENDASSOLLI et al., 2009, p. 14), na tentativa de atender a essa procura do público.

Os indivíduos estão se afastando de comportamentos tradicionais, que pressupõem trabalhar pelo salário, consumir bens padronizados, trabalhar duro ao longo de toda a vida, submeter-se à autoridade e resignar-se, e aproximando-se de atitudes e comportamentos que refletem um desejo de controlar, de forma integral, a própria vida. Em uma sociedade materialista, adicionalmente, os interesses gravitam em torno da satisfação de necessidades básicas e elementares, como o bem-estar econômico e a coesão social. Em uma sociedade pós-materialista, em que há o atendimento das necessidades básicas e, portanto, maior demanda por serviços, os indivíduos interessam-se, sobretudo, pelo atendimento de necessidades de ordem estética, intelectual, de qualidade de vida e de envolvimento em processos de tomada de decisão autônomos (BENDASSOLLI et al., 2009, p.11).

Entre as atividades circunscritas ao ecossistema complexo e multifacetado dessas indústrias, estão arquitetura, moda, design, artesanato, cinema, música, artes cênicas e visuais, rádio e TV, *softwares* interativos para lazer e museus, além das atividades relacionadas às tradições populares.

Ainda segundo o British Council (2010), as indústrias criativas também são responsáveis por apoiar a revitalização das cidades. Marianne Wenzel (2023), do site Elle Brasil, repercute a pluralidade de ações e agentes envolvidos em processos de regeneração urbana, fenômeno atual das grandes metrópoles que tem ganhado a atenção de arquitetos, urbanistas, produtores culturais e trabalhadores do setor criativo.

No jargão dos arquitetos e urbanistas, um prefixo sobressai. Verbos como reformar, reconstruir, remodelar, revitalizar e requalificar espelham na linguagem o que parece ser uma constante nas nossas cidades: espaços públicos nada atrativos e, por isso, em necessidade permanente de... reformulação. O conceito da vez, regeneração, amplia ainda mais esse vocabulário. Mas toma emprestada uma imagem da biologia – a capacidade de tecidos e órgãos de se recompor após danos físicos – para propor formas mais eficientes de conduzir intervenções urbanas. E elas podem ter a ver com ações de naturezas bem distintas: ocupações artísticas e eventos de design realizados em edifícios em ruínas, parcerias para capacitação de mão de obra, articulação de associações atuantes em uma rua ou um bairro em prol de objetivos comuns... sem, necessariamente, a participação do poder público (WENZEL, Elle Brasil, 2023).

6 METODOLOGIA

Além da pesquisa documental, em livros, jornais e sites, e da fotodocumentação, o estudo exploratório empregou a abordagem qualitativa ao utilizar a observação participante como método principal de coleta de dados.

"A observação constitui, sem dúvida, importante fonte de conhecimento" (GIL, 2008, p. 1), sendo uma ferramenta útil para que o ser humano compreenda a natureza das coisas, o comportamento dos indivíduos e o mundo que o rodeia. Antonio C. Gil defende que qualquer investigação científica "deve valer-se, em mais de um momento, de procedimentos observacionais" (GIL, 2008, p. 16).

Aliadas à observação participante, também foram feitas entrevistas informais para a obtenção de informações complementares sobre os atores sociais envolvidos, incluindo moradores, organizadores e visitantes do Mercado Sul. Nesse tipo de entrevista, a menos estruturada dentre as disponíveis, busca-se ter uma visão geral sobre o problema de pesquisa, permitindo que os interlocutores expressem livremente suas opiniões e atitudes a respeito dele (GIL, 2008).

6.1 Observação participante

Ainda de acordo com Gil (2008), a observação participante, ou observação ativa,

consiste na participação real do conhecimento na vida da comunidade, do grupo ou de uma situação determinada. Neste caso, o observador assume, pelo menos até certo ponto, o papel de um membro do grupo. Daí por que se pode definir observação participante como a técnica pela qual se chega ao conhecimento da vida de um grupo a partir do interior dele mesmo (GIL, 2008, p. 103).

O autor afirma que essa é uma técnica indicada para pesquisas exploratórias, muito utilizada em estudos de comunidades e subculturas específicas. Devido, justamente, à sua natureza informal e caráter mais espontâneo, "tende a adotar formas não estruturadas" (GIL, 2008, p. 101).

No estudo de campo, realizou-se a observação participante da 79ª Ecofeira do Mercado Sul Vive, no dia 10 de junho de 2023. Para a seleção, levou-se em conta o fato de o evento ser um dos mais tradicionais do coletivo, funcionando desde 2014 como um espaço

comunitário de exposição, troca e venda de serviços e produtos criativos com princípios ecológicos. Além disso, a densa e diversa programação cultural da feira mensal, com música, teatro, rodas de conversa e oficinas, pareceu ser uma ocasião propícia para exercitar o "observar participando" (VELHO, 1978) do modo de vida do Beco.

Para aperfeiçoar a aplicação da metodologia no dia do evento, elencaram-se três dimensões e suas respectivas particularidades consideradas significativas para a observação ativa.

a) Os sujeitos. Que grupos sociais distintos frequentam a feira? De onde vêm? Onde se situam no espaço? A que sexo e raça/cor pertencem? Quais as suas idades? E sua condição sociocultural? Como se vestem? Que adornos utilizam? O que os movimentos do seu corpo expressam?

b) O cenário. Quais as características do local? De que forma ele foi organizado ou reconfigurado? Como a dimensão estética foi enfatizada? Há intervenções urbanas no local? Que significados elas evocam?

c) O comportamento social. Como as pessoas se relacionam? As atividades do evento promovem a socialização desses grupos específicos?

7 DESENVOLVIMENTO DO ARTIGO CIENTÍFICO

7.1 Um caminho íngreme: em busca de um problema de pesquisa

Pesquisadores iniciantes tendem a formular problemas tão amplos e genéricos que se torna inviável a realização da pesquisa. (...) É preciso, portanto, rejeitar a ambição de formular um problema num curto espaço de tempo. A formulação de um problema viável é algo que se faz pacientemente, e não é despropositado afirmar que esta etapa requer dispêndio de tempo e energia superior às demais etapas da pesquisa (GIL, 2008, p. 38).

Recentemente, li uma frase que dizia que a consistência é ter uma "longa obediência na mesma direção". Talvez, a maior dificuldade durante o percurso do Trabalho de Conclusão de Curso foi ter consistência.

No último ano, este projeto mudou de direção e de formato várias vezes. Desde meados do período acadêmico, já se sabia do desejo de incluir a cidade e a economia criativa no bojo de pesquisa do trabalho. Sempre fui um frequentador nato dos eventos brasilienses, e a experiência de quase dois anos como repórter de cultura expandiu meu olhar sensível para as manifestações artísticas e as possibilidades de significação que os espaços urbanos propiciam.

Em junho de 2022, decidiu-se criar um produto de comunicação. A ideia era produzir uma revista – uma mídia jornalística subjetiva, imagética e de forte caráter estético – sobre a economia criativa brasiliense, com textos, reportagens e fotografias de projetos relevantes da cidade sediados em lugares públicos. Porém, percebeu-se que desenvolver um produto tão complexo – pois envolveria o mapeamento de múltiplos projetos, realização de entrevistas, redação das matérias e criação do projeto gráfico e editorial – exigiria mais tempo e recursos do que se tinha disponível naquele momento. A ideia foi brevemente retomada no semestre seguinte, mas não avançou.

Em outubro, optou-se por adotar um objeto de pesquisa um pouco mais específico: ao invés do foco difuso em inúmeras iniciativas, buscou-se fazer um estudo de caso de apenas um projeto criativo brasiliense, dessa vez, em uma monografia. A iniciativa escolhida, a princípio, foi o Instituto No Setor. O coletivo busca fortalecer os vínculos com a comunidade em situação de vulnerabilidade socioeconômica que vive no Setor Comercial Sul, no centro de Brasília. Além de servir como plataforma de profissionalização, o No Setor também tem se

tornado referência de ocupação urbana por realizar atividades culturais e turísticas em um local, antes, apenas dedicado às atividades de mercado e negócio.

A monografia sobre o projeto também não vingou, não só pela complexidade de desenvolver um trabalho tão robusto em um período curto de tempo, sem levantamento bibliográfico prévio, como também pela dificuldade de encontrar, nesse intervalo, um evento da iniciativa que permitisse a análise das dimensões que se pretendia investigar – a sociabilidade, a ocupação do espaço público e o direito à cidade.

Neste semestre, a monografia tornou-se, novamente, um produto – desta vez, a revista deu lugar a um artigo científico. Enxergou-se na publicação a possibilidade de discutir as questões propostas de modo mais conciso. O objeto de pesquisa também foi alterado, definitivamente: nos propomos a analisar as ações culturais do coletivo Mercado Sul Vive.

Imagem 3 – Vista aérea 3D do Mercado Sul.



Fonte: Google Earth⁶.

Até o início da pesquisa, a minha relação com o Beco da Cultura era inexistente. O coletivo está localizado em Taguatinga, a cerca de 40 quilômetros de Sobradinho, RA onde moro, na extremidade oposta do Distrito Federal. Por causa das limitações de distância e deslocamento, não costumo frequentar esta região do Quadrado, apesar de saber de sua efervescência cultural e juventude politicamente engajada. Ainda assim, me agradou a possibilidade de incluir no projeto uma iniciativa imersa em uma realidade mais próxima das minhas vivências, enquanto jovem negro e morador de uma cidade periférica da capital.

⁶ Imagem extraída em 15 jun. 2023.

Não demorou muito tempo para que o pressuposto de que um artigo "dá menos trabalho" que outras modalidades de produto se revelasse equivocado. Ao longo do caminho de pesquisa, esbarramos com os inúmeros desafios da produção do conhecimento científico, a qual exige tanta dedicação, disciplina e domínio da teoria quanto qualquer outro tipo de Trabalho de Conclusão de Curso. Além disso, constatamos que a utilização da observação, um ato rotineiro e aparentemente simples, como método de coleta de dados também guardava certo grau de complexidade, relatado a seguir.

7.2 Olhar e Ouvir: participando da vida cultural do Mercado Sul

Demos continuidade à problematização da observação participante como caminho teórico-metodológico desta pesquisa.

Como antecipado no artigo, a preparação para a ida a campo foi feita através das mídias sociais. No perfil do Instagram do Mercado Sul Vive, foi possível conferir a programação completa da 79ª Ecofeira, buscando identificar o que deveria ser observado com mais atenção durante a incursão.

Imagem 4 – Print da programação da 79ª Ecofeira no Instagram.



Fonte: Instagram do Mercado Sul Vive⁷.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CtJkYSFOv0m/>. Acesso em 6 jun. 2023.

Como o método da observação participante se baseia em atos cognitivos familiares e cotidianos, Ricardo C. de Oliveira (1996) nos alerta do risco de não questioná-los. O autor define o olhar, o ouvir e o escrever como três salutares etapas de apreensão dos fenômenos sociais (OLIVEIRA, 1996). O "olhar e o ouvir disciplinados" seriam, então, as fases limiares do trabalho do antropólogo, executadas durante o campo.

Evidentemente tanto o Ouvir quanto o Olhar não podem ser tomados como faculdades totalmente independentes no exercício da investigação. Ambos se complementam e servem para o pesquisador como duas muletas (...) que lhe permitem caminhar, ainda que tropeçadamente, na estrada do conhecimento (OLIVEIRA, 1996, p. 18).

Ainda segundo Oliveira (1996), a "domesticação teórica do olhar" deve ser a primeira experiência do pesquisador de campo, para que o objeto o qual se propõe observar não seja previamente alterado pelo próprio modo de visualizá-lo. Isso significa, nos termos de Gilberto Velho (2003), "estranhar o familiar" – isto é, desnaturalizar os códigos, noções e pressupostos pessoais que impregnam nossa visão de mundo.

Aliado ao olhar, o ouvir também guarda relevância na pesquisa que se vale de metodologias observacionais, visto que se faz necessária a obtenção de explicações complementares sobre certos fenômenos, dadas pelos próprios integrantes da comunidade investigada. Tais esclarecimentos só poderiam ser obtidos por meio da entrevista, portanto, de um "ouvir todo especial" (OLIVEIRA, 1996, p. 19). Por esse motivo que, durante a observação da Ecofeira, também foram realizadas entrevistas informais junto aos participantes e organizadores do coletivo.

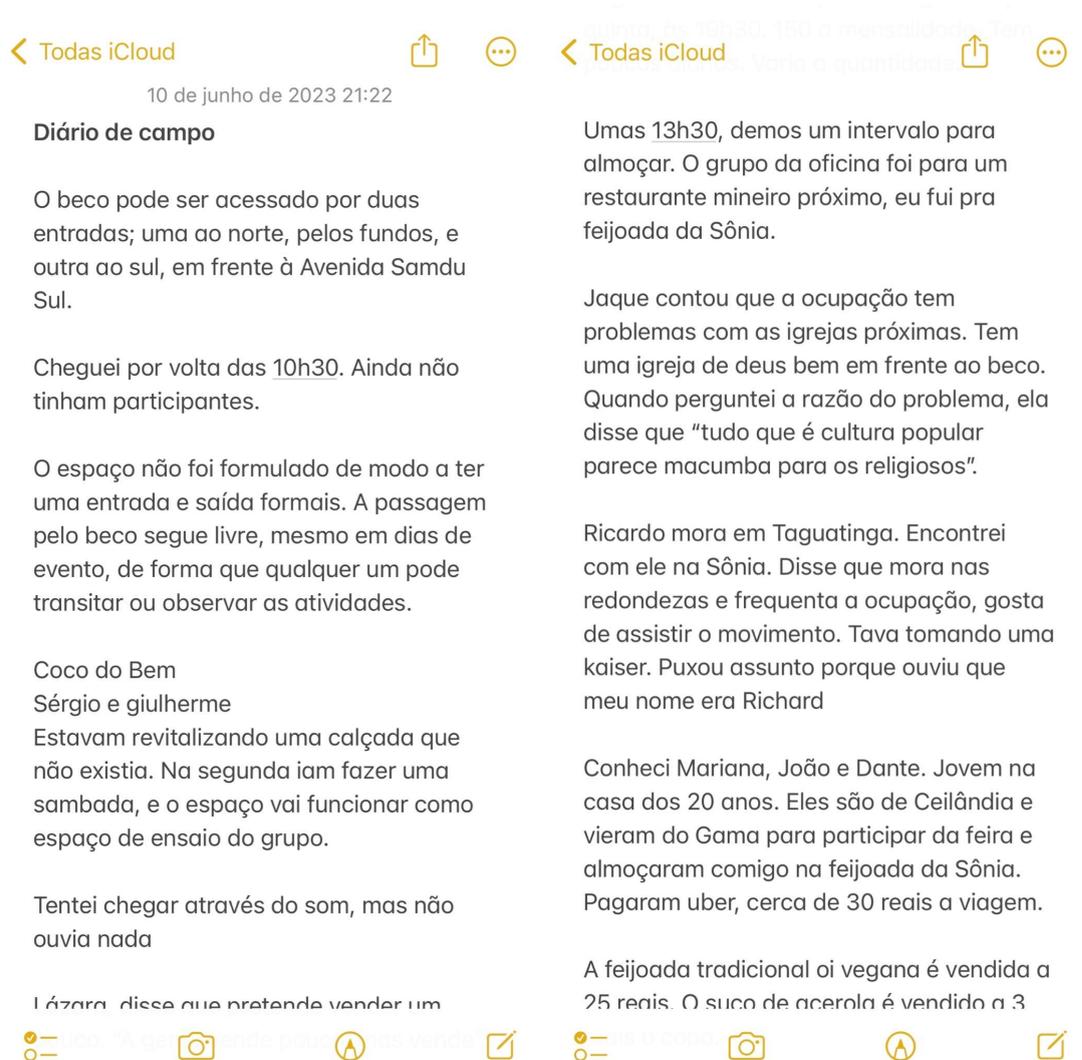
Para que o ouvir cumpra adequadamente sua função durante o trabalho de campo, todavia, deve-se transformar o informante em um interlocutor, e a entrevista em diálogo, em "verdadeira interação" (OLIVEIRA, 1996, p. 21). Estaria aí a diferença entre a observação simples e a observação participante.

(...) Acreditar ser possível a neutralidade idealizada pelos defensores da objetividade absoluta é apenas viver numa doce ilusão... Trocando ideias e informações entre si, etnólogo e nativo, ambos igualmente guiados a interlocutores, abrem-se a um diálogo em tudo e por tudo superior, metodologicamente falando, à antiga relação pesquisador/informante. O Ouvir ganha em qualidade e altera uma relação, qual estrada de mão única, numa outra, de mão dupla (OLIVEIRA, 1996, p. 21).

Nessa etapa preliminar da pesquisa, o registro da observação é fundamental. Geralmente, é feito no momento em que o evento está ocorrendo, por meio de notas por

escrito que acabam se tornando uma espécie de diário de campo. Não raro também se lança mão da gravação de sons e imagens (GIL, 2008), de maneira a ser possível "revisitar" o local da incursão e, assim, refinar a descrição posteriormente.

Imagens 5 e 6 – Prints do diário de campo, com notas sobre o evento.



Fonte: arquivo pessoal do pesquisador.

Em sua literatura, Antonio C. Gil (2008) repercute a complexidade que é desenvolver um relato etnográfico sobre uma situação efêmera e elucida recomendações que podem facilitar a observação e o registro em campo.

As categorias incluídas no instrumento de registro variam de acordo com os objetivos pretendidos. Mas de modo geral envolvem duas grandes categorias de informações. A primeira refere-se à observação do contexto, envolvendo: descrição dos locais, das pessoas observadas e das razões de sua presença no local. A descrição das pessoas é mais complexa do que a descrição do local, e para tornar-se significativa, envolve itens como: (1) sinais físicos exteriores, tais como aparência

física e vestuário; (2) movimentos expressivos, tais como toques e riso; e (3) localização física, envolvendo principalmente a distância mantida em relação às outras pessoas. A segunda categoria refere-se aos comportamentos das pessoas. São definidas em função dos objetivos da pesquisa (GIL, 2008, p. 106).

Na seção "Apêndices" do memorial, é possível conferir fotografias inéditas da incursão e mais detalhes do que foi observado durante a Ecofeira (*vide APÊNDICE B*).

7.3 Escrever: Produção do artigo científico

Oliveira reflete que "a textualização da cultura, ou de nossas observações sobre ela, é um empreendimento bastante complexo" (OLIVEIRA, 1996, p. 23). Isso porque, geralmente, o pesquisador que optou por utilizar a observação participante como caminho metodológico – e o fez com bom êxito – retorna do campo com uma quantidade massiva de anotações, informações, dados e descrições detalhadas sobre a comunidade estudada.

Após a incursão, faz-se necessário um processo de análise, manipulação e sistematização de todo o material em prol da elaboração do conhecimento, como destaca Gil (2008). Desse modo, o ato de escrever se constitui como "o momento mais fecundo da interpretação; e é por meio dele - quando se textualiza a realidade sociocultural - que o pensamento se revela em sua plena criatividade" (OLIVEIRA, 1996, p. 13).

Mas se o Olhar e o Ouvir podem ser considerados como os atos cognitivos mais preliminares no trabalho de campo (...), é seguramente no ato de Escrever, portanto na configuração final do produto desse trabalho, que a questão do conhecimento se torna tanto ou mais crítica. (...) É o Escrever "estando aqui", portanto fora da situação de campo, que cumpre sua mais alta função cognitiva. Por quê? Devido ao fato de iniciarmos propriamente no gabinete o processo de textualização dos fenômenos socioculturais observados "estando lá" (OLIVEIRA, 1996, p. 22-23).

O artigo "**Imprevistos de uma cidade planejada: o Mercado Sul e a ocupação do espaço público brasiliense**" busca refletir sobre como a população dos subúrbios faz uso da criatividade para reivindicar a cidade e, por consequência, inaugurar lugares alternativos de convívio e encontros, a partir da ocupação do espaço público. Também pretende mostrar, a exemplo do coletivo Mercado Sul Vive, o potencial que as indústrias criativas e as atividades de base cultural, em geral, têm de apoiar a regeneração e o desenvolvimento socioeconômico dos territórios – sobretudo, os periféricos –, bem como a recriação de cidades mais lúdicas, descontraídas e espacialmente mais democráticas.

Abaixo, segue breve resumo sobre cada uma das cinco seções que compõem o artigo.

- Seção 1 – "Efervescência cultural entre becos: um panorama": no primeiro capítulo deste artigo, situamos o Beco no espaço urbano, fazendo um breve panorama da história da ocupação cultural ao longo das décadas; introduzimos a problemática do direito à cidade; e descrevemos as atividades e a atual estrutura organizacional do coletivo.
- Seção 2 – "Observar participando": no segundo capítulo, repercutimos mais informações sobre a Ecofeira, o tradicional evento do Mercado Sul que pretendemos acompanhar, além das possibilidades e desafios da observação direta como caminho teórico-metodológico para a pesquisa, com inspiração etnográfica.
- Seção 3 – "Papelão, tambor e feijoada": no terceiro capítulo, abrimos o diário de campo e contamos as primeiras impressões obtidas ao percorrermos as coloridas vielas do lugar, nas primeiras horas de campo; e mais detalhes da participação na oficina de tambores, atividade que precedeu o evento principal.
- Seções 4 e 5 – "Dia de Feira" e "Noite no Beco": nos dois últimos capítulos, compartilhamos, por fim, os destaques de o que foi visto e ouvido ao longo da incursão: como se deu a socialização dos visitantes na Ecofeira e de que maneiras as dimensões espacial, estética e simbólica do espaço público foram alteradas.

Para que o trabalho fosse concluído dentro do prazo estabelecido, foi organizado um cronograma de planejamento, em que estão incluídas informações como datas da saída de campo e de entrega dos capítulos do artigo e do memorial.

Imagem 7 – Planejamento de produção do artigo científico.

até 22/05/23	Leituras e ajustes no referencial teórico e metodologia; definição do escopo e cronograma do projeto
26/05/23	Entrega dos capítulos "Resumo", "Problema de Pesquisa", "Justificativa" e "Objetivos" do memorial
31/05/23	Entrega do capítulo "Metodologia" do memorial
05/06/23	Entrega do capítulo "Introdução" do memorial
05/06/23	Entrega do capítulo "Introdução" do artigo
09/06/23	Entrega do capítulo 1 do artigo, "Efervescência cultural entre becos: um panorama"
10/06/23	Saída de campo – 79ª Ecofeira do Mercado Sul
16/06/23	Entrega do capítulo 2 do artigo, "Observar participando"
16/06/23	Entrega do capítulo "Referencial Teórico" do memorial
23/06/23	Entrega do capítulo 3 do artigo, "Papelão, tambor e feijoada"
23/06/23	Entrega do capítulo "Desenvolvimento do artigo científico" do memorial
Até 23/06/23	Preenchimento do formulário de formação de banca pela orientadora
27/06/23	Entrega dos capítulos 4 e 5 do artigo, "Dia de Feira" e "Noite no Beco"
29/06/23	Entrega dos capítulos "Introdução", "Considerações Finais" e "Referências" do artigo
29/06/23	Entregas dos capítulos "Agradecimentos", "Introdução", "Considerações Finais", "Referências" e "Apêndices" do memorial
29/06/23	Entrega do artigo e do memorial de pesquisa para revisão final da orientadora
03/07/23	Divulgação do calendário de defesas

Fonte: tabela desenvolvida pelo pesquisador.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da observação direta de uma das edições da Ecofeira, evento promovido pelo coletivo Mercado Sul Vive, foi possível imergir na vida cultural do Beco, criar vínculos com a comunidade e refletir sobre as relações que se estabelecem, não só entre o público, mas entre as pessoas e o território; em resumo, a própria cidade.

Compreendendo os espaços públicos a partir de seu caráter multifuncional, como argumenta Macedo (2019), concluo que eles podem ser modificados e ressignificados através das práticas da economia criativa, atendendo as necessidades específicas dos organizadores e participantes, transformando-se em lugares distintos e desempenhando funções de recreação e socialização alternativas àquelas para as quais foram inicialmente idealizadas.

A 79ª Ecofeira reúne diversos agentes – oriundos de várias localidades, tribos e camadas urbanas –, promove convívio entre grupos específicos e apoia a coesão da comunidade. Aliás, a maioria do público do evento é composta por integrantes da própria vizinhança. Em termos de sociabilidade, é ela a mais favorecida: são os moradores e frequentadores assíduos do Beco que, se apropriando do espaço público, transformam a feira de rua em uma festa comunitária, pretexto para encontrarem amigos, se entreterem com as apresentações artísticas e confraternizarem fortuitamente.

Fato que corrobora com essa conclusão é a própria experiência pessoal vivida em campo: durante todo o dia de incursão, fiz amigos, me diverti e estive a maior parte do tempo acompanhado de jovens de outras satélites, moradores do Mercado Sul e até de artistas locais, que fizeram questão de me mostrar, com generosidade e empolgação, os segredos e as curiosidades do Beco da Cultura.

Pensar e concretizar esse trabalho, sem dúvidas, representou uma rica oportunidade de sensibilizar o olhar para a opulência de possibilidades de significação e fruição dos ambientes urbanos, já que são eles o suporte, o palco e a arena da nossa existência e modo de vida. Além disso, com o desenvolvimento do produto deste projeto, foi possível executar os aprendizados multidisciplinares adquiridos durante a graduação e conhecimentos de várias áreas da Comunicação, como o emprego de técnicas de apuração e entrevista, e o uso da fotografia como recurso estético no registro de campo. Espera-se que os dados obtidos e registrados a partir das metodologias aplicadas sirvam de insumo para futuras teses e pesquisas, já que a

literatura disponível acerca da economia criativa e suas interseccionalidades com a cidade ainda é bastante fragmentada e incipiente.

Longe de ousar conceder respostas definitivas à complexidade dos problemas investigados, **"Imprevistos de uma cidade planejada: o Mercado Sul e a ocupação do espaço público brasiliense"** é, antes de tudo, um convite para a reflexão a respeito da diversidade do pensamento criativo gestado nas periferias. Em uma capital peculiar e milimetricamente planejada como Brasília, cuja diversão e lazer deveriam ter endereço fixo, interpretamos com Lefebvre as manifestações culturais promovidas em lugares inusuais dos subúrbios como felizes, teimosos e necessários imprevistos, propulsores do movimento, do possível e dos encontros (LEFEBVRE, 2001).

Ao recriar esses espaços qualificados de simultaneidade, encontro, festa e apreciação estética, o Mercado Sul Vive também reinventa, nos termos de Harvey (2014), o próprio mundo em que vive, conforme seus mais profundos desejos. Se aproximam um pouco mais, portanto, ainda que tropeçadamente, do direito à cidade pelo qual advoga – em síntese, de uma vida urbana mais desperta, lúdica, solidária e sensível, com mais convívio, consciência política, imaginário e devaneio.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALLERINI, Franthiesco. **Jornalismo cultural no século 21: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.
- BENDASSOLLI, Pedro et al. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**. RAE, São Paulo, v. 49, no 1, p. 10-18, jan./mar. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/kvm4rNbFpXGNmfDSknxVBSP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 30 nov. 2022.
- BESERRA, André Henrique Souza. **“Foi mal, Lúcio Costa”: um guia prático de intervenção urbana para uma cidade planejada**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/26075>. Acesso em: 26 out. 2022.
- BRASIL. **Estatuto da Cidade**. – 3ª ed. – Brasília : Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2008. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70317/000070317.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2023.
- BRITISH COUNCIL. **Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas**. Série Economia Criativa e Cultural/2. BOP Consulting. Londres, 2010. Disponível em: https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Mapping_guide_-_Portuguese.pdf. Acesso em: 16 mai. 2023.
- CIDADE. In: **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 5ª ed. – Regis Ltda, 2010.
- DOWNING, John D.H. **Mídia Radical, Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. SENAC, São Paulo, 2002.
- FREITAS, Conceição. **Guia Fora do Plano**. Conceição de Freitas; fotos de Zuleika de Souza. – Brasília, 2023.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas em pesquisa social**. Antonio Carlos Gil. 6a ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HARVEY, David. **Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. São Paulo: Martins Fontes - selo Martins, 2014.
- JEFFCUTT, Paul. *Management and the creative industries*. In: Studies in Culture, Organizations and Society. V. 6, n. 2, p. 123-127, 2000.
- KNAUSS, Paulo. **Arte Pública e Direito à Cidade: o encontro da arte com as favelas no Rio de Janeiro contemporâneo**. Revista Tempo e Argumento, Santa Catarina, vol. 1, núm. 1,

p. 17-29, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3381/338130370003/html/>. Acesso em: 26 abr. 2023.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. 5ª ed. São Paulo: Centauro, 2001.

MACEDO, Débora B. **Brasília e os usos dos espaços públicos para cultura, consumo e lazer**. In: FARIAS, E. S.; COUTO, B. G. (Orgs.) Memórias e Identidades da Metrópole: cartografando espaços de significações no Distrito Federal. 1ª ed. São Paulo: Paco Editorial, 2019.

MARCELINO, Rachel Sabino de Freitas. **Fila B: um site de notícias de moda no cenário da democratização de conteúdos digitais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social). Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/26273>. Acesso em 21 abr. 2023.

MARTINELLI, F. C.; OLIVEIRA, A. R. de. **Etnografia em uma "cidade em movimento": O evento Picnik e a ocupação do espaço público em Brasília**. Revista Eco-Pós, Rio de Janeiro, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 281–307, 2019. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27421. Acesso em: 30 nov. 2022.

MERCADO SUL. **Ocupação Cultural Mercado Sul Vive**, 2015. Disponível em: <http://www.mercadosul.org/>.

MILAN, Marcelo. **Indicadores para Avaliação de Atividades Econômicas Culturais e Criativas: uma síntese**. In: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo. (Orgs.) Economia criativa, cultura e políticas públicas. Porto Alegre: Editora da UFRGS/ CEGOV, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/199416/001016540.pdf?sequence=1>. Acesso em 25 mai. 2023.

OLIVEIRA, Roberto C. de. **O trabalho do Antropólogo: olhar, ouvir, escrever**. Revista de Antropologia, [S. l.], v. 39, n. 1, p. 13-37, 1996. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.1996.111579>. Acesso em: 1 mai. 2023.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 4ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.

RODRIGUES, Thaís. **Mercado Sul, em Taguatinga, se torna exemplo de resistência cultural**. Metrôpoles, 2016. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/mercado-sul-em-taguatinga-se-torna-exemplo-de-resistencia-cultural>. Acesso em 1 jun. 2023.

SILVA, Armando. **Imaginários, estranhamentos urbanos**. São Paulo: Edições SESC, 2014.

SIMMEL, George. **As Grandes Cidades e a Vida do Espírito**. In: Mana: estudos de antropologia social, vol. 11, n. 2, out 2005, p. 577-592. Rio de Janeiro: Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu Nacional do Rio de Janeiro – UFRJ, 2005.

VELHO, Gilberto. **Observando o familiar**. In: NUNES, Edson de Oliveira (Org.). A aventura sociológica. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

VELHO, Gilberto. **O desafio da proximidade**. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina (Orgs.). Pesquisas Urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

WENZEL, Marianne. **Regeneração urbana: entenda o conceito que ganha força em São Paulo**. Elle Brasil, 2023. Disponível em: <https://elle.com.br/elle-decoration/regeneracao-urbana-entenda-o-conceito-que-ganha-forca-e-m-sao-paulo>. Acesso em 22 jun. 2023.

10 APÊNDICES

10.1 APÊNDICE A: Orçamento

O artigo científico teve um custo de produção relativamente baixo. Entre os principais gastos, estão transporte, alimentação e despesas complementares com as atividades feitas durante a saída de campo, com duração de um dia.

Os valores estimados estão dispostos na tabela a seguir.

Imagem 8. Tabela de orçamento do projeto.

Gasto	Quantidade	Preço Unitário	Preço Total
Deslocamento (Viagem via transporte por app)	2 (ida e volta)	R\$ 45	R\$ 90
Alimentação (Refeição)	2 (almoço e jantar)	R\$ 25	R\$ 50
Oficina de Tambores (atividade feita durante a feira) ⁸	1	R\$ 20	R\$ 20
Total	---	---	R\$ 160

Fonte: tabela desenvolvida pelo pesquisador.

⁸ A Oficina de Tambores tinha o custo de R\$ 150 por pessoa. Na falta de recursos para bancar o valor integral da atividade, os organizadores pediram apenas uma contribuição simbólica, para ajudar no custeio dos materiais.

10.2 APÊNDICE B: Imagens complementares do diário de campo

Imagem 9 – Lambes em muro do Beco da Cultura.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 10 – Moradores do Beco revitalizam calçada de casa.



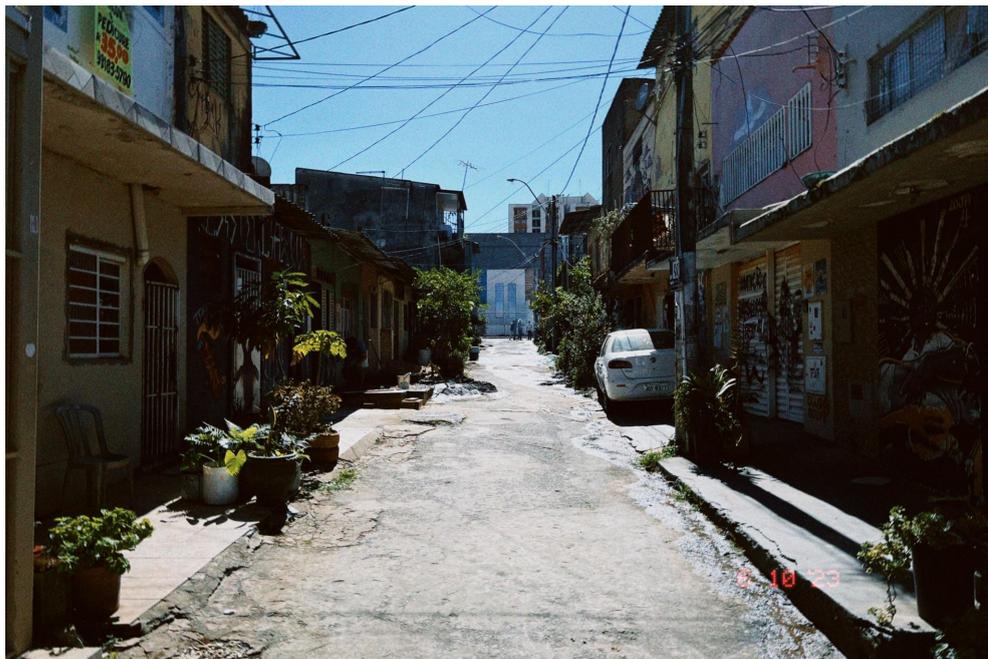
Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 11 – *Graffitis* colorem ruas do Beco da Cultura.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 12 – Beco da Cultura horas antes da 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 13 – Espaço público do Beco modificado para a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 14 – *Graffitis* e bandeira da comunidade LGBTQIA+ em prédio do Beco.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagens 15 – *Graffitis* colorem ruas do Beco.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 16 – Lambe com a frase "Arte é trabalho" em muro do Beco.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 17 – Graffitis colorem ruas do Beco.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 18 – Pesquisador participa de Oficina de Tambores, na Casa Kaluanã.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 19 – Oficina de Tambores na Casa Kaluanã, um dos espaços ocupados.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 20 – Oficina de Tambores na Casa Kaluanã, um dos espaços ocupados.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 21 – Pesquisador e Juraci Moura durante Oficina de Tambores.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 22 – Fachada de loja revitalizada com *graffitis*, no Mercado Sul.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 23 – Entrada de espaço ocupado pelo coletivo Mercado Sul Vive.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 24 – Interior de espaço ocupado pelo coletivo Mercado Sul Vive.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 25 – Feijoada da Sônia, uma das opções gastronômicas da 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 26 – Fachada de brechó, no Mercado Sul.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 27 – Varal de roupas de casa, no Mercado Sul.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 28 – Brechós expõem roupas durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 29 – 79ª Ecofeira do Mercado Sul.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 30 – Estande com artesanatos durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 31 – Estande com artesanatos durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 32 – Jovem expõe produtos artesanais durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 33 – Moradora do Beco vende acarajé durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 34 – Moradores do Beco confraternizam com vinho durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 35 – Público assiste a teatro de bonecos durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 36 – Duas jovens expõem roupas em crochê durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 37 – Montagem de tenda e estrutura de som durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 38 – Oficina de Capoeira Angola, na Casa Kaluanã.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 39 – Detalhes de vestuário de participante da 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 40 – 79ª Ecofeira do Mercado Sul, ao anoitecer.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 41 – Jovens confraternizam, bebem e conversam durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 42 – Artistas e bandas locais se apresentam durante a 79ª Ecofeira.



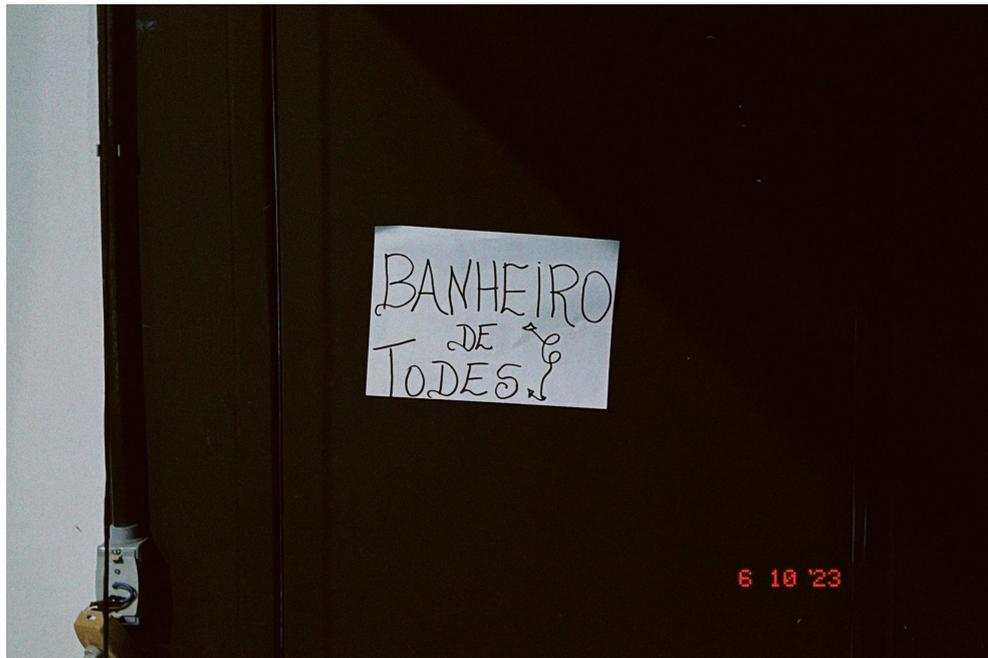
Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 43 – Moradores do Beco celebram com música, comida e cerveja.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 44 – Banheiro com linguagem neutra na 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.

Imagem 45 – Churrasqueira caseira instalada por moradores durante a 79ª Ecofeira.



Fonte: Richard de Assis Borges.