

BAURU
cidade CRIATIVA
artes midiáticas



**PLANO MUNICIPAL PARTICIPATIVO DE DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA
DE BAURU – SÃO PAULO**

Bauru

2022

2022 Joppert, Daniel; Pires, Ewerthon Veloso.

Plano Municipal Participativo de Desenvolvimento da Economia Criativa de Bauru – SP.
[manuscrito] / Daniel Joppert e Ewerthon Veloso Pires – 2022.
81 f.: il.

Instituições executoras: Organização Social de Cultura Amigos da Arte; Governo do Estado de São Paulo – Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

Instituição coexecutora: Prefeitura Municipal de Bauru.

Bibliografia: f. 80-81.

1. Plano Municipal Participativo. 2. Desenvolvimento da Economia Criativa. 3. Bauru (SP). I. Pires, Ewerthon Veloso. II. Joppert, Daniel. III. Organização Social de Cultura Amigos da Arte. IV. Governo do Estado de São Paulo. V. Secretaria de Cultura e Economia Criativa. VI. Prefeitura Municipal de Bauru.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Governador do Estado

Rodrigo Garcia

Secretário de Cultura e Economia Criativa

Sérgio Sá Leitão

Secretário Executivo de Cultura e Economia Criativa

Rogério Custódio de Oliveira

Chefe de Gabinete da Cultura e Economia Criativa

Frederico Maia Mascarenhas

Coordenador da Unidade de Difusão Cultural, Bibliotecas e Leitura

Christiano Lima Braga

AMIGOS DA ARTE

Organização Social de Cultura

CONSELHO ADMINISTRATIVO

José Gregori

Presidente

Conselheiros

Christiana Tess, Dyra Oliveira, Luiza Gottschalk, Maria Herminia Penteado Pacheco e Silva Moccia, Patrícia Villela Marino e Tadeu da Fonseca Jungle

CONSELHO FISCAL

Conselheiros

Antonio Carlos Bonini Santos Pinto, João Otávio Pinheiro Olivério e Natanael de Souza Oscar

DIRETORIA

Danielle Barreto Nigromonte

Diretora Geral

Ananda Stücker

Diretora de Desenvolvimento Institucional

Gláucia Vanini Costa

Diretora Administrativa Financeira

José Mauro Gnaspini

Diretor de Arte e Cultura

EQUIPE AMIGOS DA ARTE

Adjanilson Batista, Alam Medison, Alex Flavio, Ana Paula Diniz, Andressa Mancini, Bárbara Correia, Benedito Ferreira, Bruna Pardim, Bruna Provazzi, Carlos Chaves, Carolina Rocha, Caroline Liberal, Christiane Vieira, Cidalia Coelho, Clara Taneguti, Cláudia Nascimento, Cristiane Passos, Danielle Karoline, Diego Senoguchi, Douglas Chinaglia, Dyra Oliveira, Eliane Zaneti, Elisa Gudin, Emílio Rogê, Everton Maximo, Fábio Flores, Fernanda Bento, Gabriel Galasi, Geraldo Neto, Gisele Sant'Ana, Isabela Razera, Italo Henrique de Sousa, Janaina Nascimento, Joseph Azevedo, Juliana Augusto, Juliana Serette, Kelli Cristina, Kiko Azevedo, Laryssa Claret, Livia Feitoza, Luciana Esteves, Luciana Gualberto, Luís Nader, Luiz Filipe Freitas de Almeida, Maira Lima, Marcelo Nunes, Marcelo Zore., Marcio Donizeti, Marcio Gallacci, Maria Audilene, Marília Gama, Marília Tapajóz, Marisis Pacheco, Marlon Mendes, Maurício Freire, Natasha Caroline, Nathaly Avelino, Nina Dutra, Paola Valentina, Patrícia Dias, Paula Barros, Paulo Pereira, Rafael Akio, Rafael dos Santos, Ricardo Leite, Rodrigo Dantas, Rosineia Pereira, Samuel Mendes, Shirley Nozaki, Tatiana Ricci, Victor Vertullo.

EQUIPE CRIA SP**Isabela Razera**

Coordenadora de Editais e Chamadas

Rafael Akio

Coordenador de Comunicação

Carolina Rocha

Produtora Executiva

Equipe

Bárbara Corrêa, Bruna Provazzi, Elisa Gudin, Emílio Rogê, Joseph Azevedo, Juliana Augusto e Juliana Serette.

Produção e articulação

Antonieta Alves, Gil Marçal, Janaina Fainer Bastos, Jefferson Mateus, Mariana Amaral Delfino Rodrigues e Roberta Souza Silva.

Tom Pires (Ewerthon Veloso Pires)

Consultor Coordenador Técnico

Consultor mentor

Daniel Joppert Leal Mendes

Revisão e redação final

Joyce Pereira

Design e projeto gráfico

Andrea Assunção

COMUNICAÇÃO

Pridea Comunicação

Cintia Ruiz

Guilherme Tadashi

Caio Polesi

Nathalie Bragado

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU

Prefeita Municipal

Suéllen Rosim

Secretária da SEDECON

Gislaine Magrini

Secretários da Cultura

Tatiana Sa

Paulo Eduardo Campos

Diretora do Departamento de Relações do Trabalho, Emprego e Turismo da SEDECON

Marina Martins Leite

Agente Cultural da Secretária de Cultura

Gilson Miguel Aude

SOCIEDADE CIVIL

Artes Midiáticas e Cinema

Ana Heloíza Pezzotto, Liene Saddi, Henrique Nakanda, Luizinho Junior e Marcelo Bressanin

Artes Cênicas e Literatura

Ana Maria Machado, Caroline Ferreira, Jorge Otávio Zugliani “Jozz”, Noah, Rafael Edgar e Sivaldo Camargo

Comunicação

Bruna Nogueira, Isabela Menezes e Priscila Medeiros

Turismo

Cynthia Bulik, Paula Sabbatassini e Yuno Silva

Design, Educação e Tecnologia

Dorival Rossi, Larissa Ferro, Lucas Melara, Lucas Melo e Rodrigo Moon

Artesanato e Gastronomia

Chef Moa, Heloísa Gabriela, Juliana Vitorino e Máisa Adriele da Silva

Ambiente de Inovação

Eleonor Godoy, Josué Kenji e Lucas Sousa

Meio Ambiente e ODS

Elizeu Caetano (vice-cacique), Flavia Toqueti, Matheus Anastácio e Wellington Magau

Coletivos e Mobilização Descentralizada

Glauco Amorim, Igor Teixeira Nunes, Kahena Bizzotto, Lili Azevedo e Vinão Thomas

MENSAGEM INSTITUCIONAL

A cultura é um dos principais ativos de São Paulo. Gera 3,9% do PIB estadual, 1,5 milhão de empregos diretos, tem alta capacidade de geração de renda, emprego, inclusão e desenvolvimento. Reforça a identidade, qualifica os cidadãos e tem efeitos positivos sobre a educação, a saúde, a segurança pública, o turismo e os mais diversos setores e áreas da vida social.

Criado em 2022 pelo Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, e com gestão da Associação Paulista Amigos da Arte, o Cria SP é iniciativa pioneira no país de estímulo aos municípios do Estado de São Paulo para adoção de políticas públicas locais que posicionem a cultura e a criatividade no centro das estratégias de desenvolvimento urbano e sustentável. Por meio de mentoria especializada, os municípios recebem apoio para elaboração de planos participativos para a economia criativa, tendo também suporte para a estruturação de potenciais candidaturas à Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Em seu primeiro ano de atividades, o Cria SP desenvolveu metodologia própria de trabalho e viabilizou o apoio a 10 municípios paulistas para a construção de agendas de ações locais para a economia criativa. A seleção desses municípios ocorreu de forma integrada ao Programa Juntos Pela Cultura, que, por meio de chamadas públicas, viabiliza a seleção de prefeituras paulistas como parceiras na execução dos principais programas estaduais para o impulsionamento do setor criativo e cultural. De caráter municipalista, os programas de investimentos integrantes do Juntos Pela Cultura visam a capilaridade e transparência dos investimentos estaduais no território e o estímulo ao desenvolvimento.

Para participar do Cria SP, os municípios interessados enviaram à chamada pública informações básicas sobre o setor criativo local, com indicações dos principais ativos, os traços identitários, os patrimônios materiais e imateriais e as iniciativas de cada cidade. As informações subsidiaram a escolha dos municípios por comissão de seleção constituída por especialistas que consideraram o potencial, maturidade, institucionalidade e oportunidades presentes nas políticas e ações existentes.

Nesta primeira edição, 2022, foram selecionados os municípios de Bauru, Cubatão, Itanhaém, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, Santa Bárbara d'Oeste, Santa Fé do Sul, São Caetano do Sul, São Luiz do Paraitinga e Sertãozinho, que se empenharam, durante o segundo semestre de 2022 em ampla agenda de atividades.

Cada município recebeu orientação técnica para a identificação e caracterização do campo criativo em que se destaca, dentre aqueles identificados pelo programa da Rede de Cidades Criativas da Unesco como decisivos para estimular a vitalidade econômica e a inovação e reforçar a inclusão e a diversidade de expressões culturais como forma de enfrentar os desafios emergentes: Artesanato e Artes Folclóricas, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Artes Midiáticas e Música.

Com o apoio do mentor, especialista no segmento criativo, cada município constituiu seu grupo de trabalho, construiu um plano de ação e estratégias de mobilização de representantes de alto nível do governo municipal, agentes do campo criativo, entidades da sociedade civil, além do setor privado, para envolvimento no processo. O lançamento do programa em cada município foi um marco local de início dos trabalhos, comunicando e convocando a comunidade à participação. Desde então foram inúmeras visitas técnicas, reuniões de mentoria, encontros de trabalho, workshops, reuniões para a sensibilização de atores estratégicos.

Os Planos de Mobilização Social e Comunicação desenvolvidos definiram estratégias de identificação, seleção e articulação dos atores, instituições e segmentos criativos que foram alvo de sensibilização, mobilização e engajamento, bem como os meios de comunicação, os recursos e formas de coletivização do processo e de publicização das ações e eventos programados, com vistas ao alcance da ampla participação da sociedade civil.

Também foram produzidos Diagnósticos Setoriais do campo criativo identificado como vocação de cada município, a partir de pesquisa, levantamento e sistematização de dados, resultando em um descritivo quantitativo e qualitativo que contempla informações geopolíticas, sociais, demográficas, características históricas, culturais e econômicas, dentre outras.

Com a elaboração dos Planos Estratégicos Setoriais, foram determinadas as diretrizes e caminhos para o desenvolvimento da economia criativa, bem como Agendas Estratégicas Setoriais, consolidando um plano de ação local. Em paralelo também foram sendo realizadas atividades para o planejamento passo a passo da elaboração dos documentos específicos necessários à uma eventual candidatura de cada município à Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

A Secretaria de Cultura de Economia Criativa de São Paulo, a Amigos da Arte e a Prefeitura de Bauru apresentam e celebram este Plano Municipal de Desenvolvimento em Economia Criativa como resultado colaborativo dessa política pública inovadora que mediou amplo trabalho de mentores, gestão municipal, atores criativos e o grupo de trabalho tripartite em interação com a comunidade local, esperando orientar e motivar ações futuras para a inovação e o desenvolvimento da economia da criativa no município de Bauru e no Estado de São Paulo. Ambiciona-se, com a conclusão desta etapa, lançar as bases para a implantação das ações propostas em nível local, para a cooperação multilateral entre as cidades criativas paulistas e quiçá com a comunidade internacional, com o objetivo comum de colocar a criatividade no centro das políticas urbanas.

Amigos da Arte

Secretaria de Cultura e Economia Criativa | Governo de São Paulo

Nós compreendemos a economia criativa como um setor produtivo de alto interesse, é uma prioridade para o nosso município. Um setor que gera riquezas, integrando as comunidades, gestando espaços mais vivos, tornando a cidade mais desejável e atraindo atividades turísticas e culturais. A participação no programa Cria SP 2022 foi um esforço que uniu a Secretaria de Cultura e a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Renda (Sedecon), pasta onde a economia criativa está alocada. Vale destacar iniciativas que temos realizado.

Na cultura, houve o fortalecimento do PEC – Programa de Estímulo a Cultura com editais inéditos, incluindo o primeiro dedicado ao audiovisual. O aporte dobrou com relação a 2021, chegando a R\$ 450 mil. Há uma colaboração estreita com o Conselho Municipal de Cultura, debatendo o aprimoramento e ampliação do PEC e políticas culturais. Destaco ainda o aprendizado gerado pela Lei Aldir Blanc e a Lei Paulo Gustavo.

Há um investimento de R\$ 600 mil no Museu Ferroviário e de R\$ 1,5 milhão no MIS – Museu da Imagem e do Som, digitalizando seus acervos e reformando as estruturas com recursos municipais e via FID, entrega no início de 2023. Há uma retomada de investimentos no carnaval, principal evento turístico da cidade, retornando os investimentos ao nível pré-pandemia.

No turismo, a Sedecon liderou o Plano Diretor de Turismo, realizado na última gestão municipal e sendo colocado em vigor. Soma-se a isso o Plano Estratégico da RT Coração Paulista, reunindo dez municípios da região com atrativos turísticos. Bauru é um MIT – Município de Interesse Turístico e lidera o processo da RT que recebe aportes municipais. Na RT Coração Paulista, foi criada uma feira criativa com artesanato, artes performáticas, música e produtos artesanais, que está viajando pelos dez municípios. É um trabalho de articulação regional entre gestão pública, empresariado, terceiro setor e setores criativos, com liderança e investimento de Bauru.

Nós acolhemos o lançamento do Cria SP no Gera Bauru, evento da Sedecon, pois compreendemos o papel da economia criativa na geração de empregos. O evento recebeu mais de 7 mil pessoas e contou com a presença de empresas, universidades e Sistema S do município.

Para fechar, me ateno às Artes Midiáticas, o setor criativo na candidatura à Rede da UNESCO. Somos um polo educacional com 39 instituições de ensino superior, incluindo a UNESP com excelência em artes, comunicação, mídias e tecnologia, a FATEC/ETEC, SENAC e o SENAI Bauru, melhor educação profissional do estado. Somos um polo tecnológico com laboratórios, pesquisa, fab labs, três parques tecnológicos em implantação (um deles da prefeitura) e um APL de TI buscando aprovação, que destaca games, inovação e softwares.

O município é o 23º do país em empresas de audiovisual, com projetos importantes para Amazon, Globosat, HBO, Netflix, incluindo a animação indicada ao Oscar O Menino e o Mundo. Somos o único APL de Audiovisual do estado, com amplo potencial de crescimento. Há um mês, houve novo reconhecimento da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do

Estado, em projeto articulado pelo Coletivo Plano Conjunto, com aporte de R\$ 175 mil para realizar o mapeamento do setor e planejar ações de integração e potencialização de sinergias.

Sem mais para o momento,

Paulo Eduardo Campos

Secretário Municipal de Cultura de Bauru

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	12
2 METODOLOGIA	14
2.1 Metodologias utilizadas	13
3 DIAGNÓSTICO	22
3.1 Caracterização histórica da cidade de Bauru	22
3.2 Setores Criativos.....	25
3.3 Diagnóstico – Matriz FOFA.....	37
4 AGENDA ESTRATÉGICA	49
4.1 Planejamento estratégico	49
4.2 Planejamento tático	59
4.3 Plano de ações	62
4.4 Mapa estratégico e gestão do plano – Governança	76
REFERÊNCIAS	80

1. APRESENTAÇÃO

O município de Bauru foi selecionado pelo Governo do Estado de São Paulo no programa CRIA SP 2022. A seleção é um reconhecimento à cidade no que tange aos setores criativos, as atividades que compreendem e seu potencial de ampliação.

O CRIA SP ofereceu aos municípios selecionados uma consultoria especializada em economia criativa seguindo a metodologia da Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Um dos resultados é a elaboração do dossiê de candidatura do município para ingressar na referida Rede. No entanto, a consultoria tem objetivos prioritários mais abrangentes e impactantes.

A economia criativa, como matriz de atividade humana, é indutora de maior envolvimento, encontro e convívio humano, assim como geradora de riquezas, qualidade de vida e sustentabilidade.

Por que Economia Criativa?

- ❖ Terceiro maior segmento produtivo do planeta, atrás somente de petróleo e armas;
- ❖ Segmento produtivo que mais cresce e mais gera novos empregos no mundo;
- ❖ Gera empregos diversificados, em ritmo superior ao restante da economia;
- ❖ Gerador de empregos duradouros e menos vulneráveis à era da automação;
- ❖ É uma atividade que estimula a formação de redes e colaboração;
- ❖ Estimula o convívio humano e aumento da qualidade de vida;
- ❖ Fortalece o turismo e produz um ambiente de atração e permanência de talentos;
- ❖ É visto como a única alternativa para tornar a economia global sustentável.

O objetivo principal do programa CRIA SP é gerar uma visão de longo prazo (até quatro anos) e ações no curto prazo (até um ano) para integrar os setores e atores criativos, articulá-los em uma proposta de atuação coletiva, realizar projetos e promover conhecimento.

Para atingir o objetivo principal, foram realizadas diversas atividades, incluindo um diagnóstico acerca dos ativos criativos da cidade e dos obstáculos para uma adoção maior da economia criativa.

O presente documento é um Plano Municipal Participativo de Economia Criativa produzido a partir do contato com centenas de pessoas atuantes na economia criativa do município e região, assim como a realização de visitas presenciais e a participação em eventos.

O aprofundamento da escuta permitiu traçar um caminho para a intensificação do uso dos ativos criativos, uma proposta para a superação dos obstáculos encontrados e a ampliação do conjunto de investimentos na economia criativa. A partir de uma atuação centrada na sociedade civil.

2. METODOLOGIA

A pesquisa, o levantamento de dados, as conversas, visitas e sessões de escuta junto a habitantes de Bauru visou identificar os caminhos para uma mobilização social abrangente. Este foi o objetivo pois é desejado que os habitantes dos mais diversos setores notem a importância do investimento em Economia Criativa. O convite aos habitantes de Bauru visa alicerçar um projeto gerador de benefícios econômicos, humanos, sociais e ambientais, conforme expresso nos objetivos a seguir:

Objetivos

- ❖ Incentivar o envolvimento da sociedade civil para que o projeto tenha continuidade, abrangência e possa adquirir caráter permanente;
- ❖ Gerar ações e projetos de educação e formação ligados à cadeia produtiva das artes midiáticas e criatividade, tornando a cidade uma referência em educação criativa;
- ❖ Utilizar a estrutura e vocação tecnológica e educacional do município para o fortalecimento das artes midiáticas como estratégia de geração de trabalho e economia;
- ❖ Criar mecanismos de emancipação cultural, econômica e intelectual a partir do fortalecimento das artes midiáticas e dos setores criativos;
- ❖ Gerar políticas e diretrizes que fomentem a disseminação de conteúdos ligados ao meio ambiente e à Agenda 2030 dentro do projeto;
- ❖ Estimular o uso e a requalificação dos espaços públicos e fomentar o surgimento de novos espaços com foco nos setores criativos;
- ❖ Tornar a cidade mais desejável e atuante para que possa gerar atração e retenção de talentos, um importante desafio atual do município, o qual presencia grande evasão de talentos após a formação universitária;
- ❖ Articular atores de diferentes segmentos para realizarem investimentos econômicos e financeiros em programas e projetos ligados à economia criativa.

O primeiro contato com a cidade se estabeleceu a partir do ponto focal, agente cultural da Secretaria Municipal de Cultura que participou da inscrição do município no CRIA SP 2022.

Em seguida, foi contatado o grupo de trabalho (GT), integrado por membros do setor público, privado, educacional e sociedade civil. Houve a primeira reunião e mentoria, explicitando as etapas do processo de trabalho para o desenho e a estruturação do projeto **Bauru Cidade Criativa**.

A partir daí foram estabelecidas as etapas posteriores e metodologias a serem utilizadas para aprimorar o mapeamento da cidade de Bauru como território de potencial criativo.

2.1 Metodologias utilizadas

1) Matriz de Públicos de Interesse

Esta matriz permitiu enxergar de que modo se relacionam os principais atores envolvidos nas dinâmicas da economia criativa. Desta forma, buscou-se harmonizar as expectativas e incorporar os desejos diversos para a construção do projeto, gerando maior engajamento e legitimidade.

❖ Setor Público

Objetivos: entender a visão que guiou a participação no CRIA SP; aferir o nível de adesão e interesse de diferentes segmentos do governo municipal; visualizar empecilhos políticos; definir estratégia de aproximação e articulação.

❖ Setores Criativos

Objetivos: harmonizar expectativas com relação à candidatura; encontrar pontos de sinergia com o setor criativo eleito; levantar dados e projetos.

❖ Setor Audiovisual

Objetivos: estabelecer prioridades para conhecer o território e encontrar caminhos de integração com os demais setores criativos.

❖ Sociedade Civil

Objetivos: entender expectativas, perfis e potencial de engajamento; ampliar abrangência do mapeamento; gerar legitimidade para o processo; ter contato com atores e iniciativas não visualizadas pelo poder público e GT.

❖ Universidades

Objetivos: disseminar o conhecimento acerca do projeto; gerar legitimidade junto ao público universitário (corpo docente e discente); estabelecer colaborações com relação a programas e interlocução com instituições internacionais.

❖ Sistema S

Objetivos: entender as prioridades de atuação de cada instituição; disseminar conhecimento acerca do projeto; gerar ações conjuntas e colaborações para a implantação do projeto.

❖ Empresas

Objetivos: disseminar conhecimento acerca do projeto e encontrar possíveis colaborações e investimentos.

2) Invasão de Cenário

Essa metodologia de caráter etnográfico com vistas ao mapeamento de comportamentos e movimentos comportamentais foi utilizada para entender as dinâmicas que coexistem no território, visando a partir da escuta localizar os caminhos para construir um projeto que contemple múltiplas perspectivas da cidade e da economia criativa. Além de incluir no processo pessoas e grupos não visualizadas dentro da cadeia criativa, como a assistência social da cidade e os povos indígenas.

Foram realizadas visitas, conversas e ações de sensibilização para evidenciar as características do território enxergando as tendências históricas, correlações de

forças e instituições atuantes. Foram mais de 50 dias no território em sete visitas, participação em diversos eventos, visita presencial às instituições de comércio, ensino, cultura, fomento, secretarias, coletivos e inovação. Ida aos bairros e as praças, bem como a avaliação de estruturas existentes para analisar seu potencial de uso e ativação.

Ao final, a busca propiciou compreender as possibilidades de atuação da sociedade civil, com o intuito de gerar mais atividades ligadas ao conhecimento, a economia criativa e ao meio ambiente. Para isso, enxergou-se como uma via importante a utilização do espaço público e os acordos de investimento econômico por parte de instituições parceiras.

Entende-se por investimento econômico qualquer apoio que não seja aporte financeiro direto. Um exemplo disso, se refere a incorporação de programações já realizadas no escopo do projeto **Bauru Cidade Criativa**, assim como a cessão de estruturas, o oferecimento de atividades criativas em espaços públicos ou parceiros e o apoio em ações formativas como cursos ligados a economia criativa e produção cultural.

3) Descentralização

A estratégia de descentralização se relaciona diretamente com a longevidade e enraizamento da economia criativa na cidade. O foco foi aproximar a economia criativa das diversas realidades encontradas no território. Além de buscar com isso uma via de ativação de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) tais como: 5 - Igualdade de Gênero, 10 - Redução das Desigualdades, 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis e 17 - Parcerias em Prol de Metas.

Esse foco se justifica ainda pela característica essencial da economia criativa, visto que sua matéria-prima é a criatividade e o gerador de riquezas é a diversidade: de pessoas, territórios, ideias, histórias e origens. Nesse sentido, promover uma participação abrangente e diversa, propondo escuta, troca, encontro e convívio é o fundamento primordial da economia criativa que orientou a metodologia aqui proposta.

Há também características peculiares relacionadas à cidade as quais exigiram um foco específico na descentralização. De maneira geral, notou-se em Bauru uma dinâmica de atividades distantes dos olhos públicos, amuradas dentro de estruturas institucionais. Com raras exceções que se diluem no cenário urbano, a maior parte delas ligadas as feirinhas gastronômicas e de artesanato, projetos realizados por coletivos culturais e ações pontuais de música e teatro promovidas pela prefeitura ou por instituições como o Sesc.

Dinâmica que remete a questões históricas e a algumas mudanças culturais ocorridas nos últimos 15 ou 20 anos, com a proliferação de condomínios fechados, a remoção de populações menos favorecidas para áreas periféricas (realizada pelo poder público) e legislações como a Lei Anti-Festa, que obriga todos os eventos a acontecerem em espaços comerciais com alvará de funcionamento. Tal entranhamento se ampliou com a pandemia.

Existe uma janela de oportunidade para reverter essa tendência e isso se mostra fundamental, pois uma característica básica das cidades criativas consiste no quão pulsantes e vivas são a partir de suas comunidades e espaços públicos. O que contribui para atrair (e reter) talentos, atividades turísticas e desejabilidade no geral. As ações de descentralização enfocaram:

❖ Instituições

Objetivos: estimular maior utilização dos espaços da cidade como palco para atividades e gerar maior comunicação e integração entre instituições.

❖ Bairros

Objetivos: ampliar a diversidade como indutora de riquezas; promover espaços mais saudáveis de convívio; reconhecer a importância da cultura periférica; integrar centro e periferia.

❖ Povos Originários

Objetivos: ampliar a diversidade como geradora de riquezas; gerar circulação de bens econômicos na Terra Indígena Araribá; disseminar a

cultura indígena ligada às quatro aldeias da TI Araribá, a qual se constitui como essencial território satélite de Bauru relacionado a riqueza cultural e sustentabilidade.

❖ Cidades da Região

Objetivos: aumentar a conectividade de Bauru com a região; gerar intercâmbios culturais e artísticos; gerar interesse em investimentos e sinergias; acessar oportunidades turísticas, inclusive as ligadas à RT Coração Paulista; retomar o protagonismo da cidade, capital de mesorregião do estado de São Paulo.

❖ Cidades Criativas

Objetivos: gerar programas de intercâmbio com cidades da Rede UNESCO ligadas a Artes Midiáticas e Design; gerar troca de conhecimento e boas práticas para enraizar a governança do projeto; estimular maior conhecimento acerca de Bauru e seus projetos como um investimento estratégico em economia criativa.

Ações realizadas

- ❖ 2 (dois) eventos públicos de lançamento em setembro de 2022, primeiro no evento Gera Bauru realizado pela Sedecon contando com a presença de universidades, ambiente de inovação, Sistema S e empresas da cidade e posteriormente na Feira Criativa Bauruense;
- ❖ 1 (um) evento público de oficialização do projeto e candidatura, com novo lançamento em dezembro de 2022;
- ❖ 7 (sete) viagens ao território de setembro a dezembro de 2022, totalizando 50 dias dedicados a visitas presenciais;
- ❖ 40 entrevistas em profundidade e mais de 200 conversas individualizadas (in loco e virtuais);
- ❖ 60 questionários de mapeamento respondidos;

- ❖ 8 (oito) sessões de mentoria, divulgadas nos grupos de cultura e economia criativa da cidade; as mentorias foram transmitidas ao vivo e gravadas para envio às pessoas interessadas, mais de 100 pessoas participaram das atividades;
- ❖ 3 (três) workshops realizados em cinco encontros, contando com a participação de mais de 80 pessoas.

Frentes de trabalho

A lista a seguir faz saber as frentes de trabalho que foram abertas para realizar o levantamento e sistematização de informação, processo de articulação e mobilização social bem como o início do enraizamento da economia criativa como uma alternativa viável para gerar uma nova matriz de atividade humana no município:

- ❖ Definição do setor criativo nuclear;
- ❖ Mapeamento da economia criativa;
- ❖ Sensibilização e articulação dos atores criativos e públicos de interesse;
- ❖ Mobilização social em benefício das atividades criativas;
- ❖ Definição de projetos prioritários para incutir a cultura criativa;
- ❖ Enraizamento do processo voluntário de atuação e governança, ancorado na sociedade civil;
- ❖ Elaboração do dossiê para ingressar na Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Primeiros resultados

- ❖ Formação do grupo de gestão do projeto com 32 voluntários engajados e dedicados à disseminação e enraizamento, programação anual e governança;
- ❖ Implantação do novo Centro Cultural da Aldeia Tereguá a partir de três mutirões voluntários, equipando-a com maior possibilidade de acolhimento de programações educativas e culturais;
- ❖ Realização de edição especial da Fogueira Cultural na Aldeia Tereguá (TI Araribá) com trabalho voluntário, inaugurando o novo Centro Cultural e oferecendo oficina com o vice-cacique Elizeu;
- ❖ Produção de vídeo celebrando os 20 Anos de Reflorestamento da Aldeia Tereguá, tangibilizando a importante preservação das matas e da biodiversidade

empreendida pelos povos indígenas, cuidando da cabeceira do Rio Araribá e gerando novas nascentes;

- ❖ Produção de vídeo retratando a importância do hip hop na cidade e suas múltiplas áreas de atuação, incluindo DJ (música e mídias), Rap (literatura e música), Breaking (dança), Graffiti (artes visuais), Conhecimento (educação), Empreendedorismo (economia), Beatbox (música), Linguagem de rua (educação, poesia e literatura) e Moda de Rua (design);
- ❖ Formalização da Liga da 014, coletivo que já nasce como responsável por cinco das sete batalhas de rima que ocorrem em todos os dias da semana e em todas as regiões da cidade;
- ❖ Produção de vídeo celebrando as conquistas e o histórico dos setores criativos da cidade, com diversas iniciativas que completam mais de dez anos, como a Cia. Estável de Dança, os festivais de teatro FACE, FestinBau, Festival Internacional de Bonecos, Festa Literária, Orquestra de Bauru, Banda Sinfônica de Bauru, entre outros;
- ❖ Entrega da nova praça na cidade com ação do grupo de voluntários do projeto no bairro periférico IX de Julho, oferecendo conteúdo cultural com oficina de hip hop, produção cultural, plantio de mudas, roda de maracatu e implantação de mobília urbana. Cabe ressaltar que o mutirão contou com o apoio de seis OSCs atuantes na região;
- ❖ Início da rede de troca de conhecimentos para a formalização de coletivos, produção cultural, elaboração e gestão de projetos, fundamental para ampliar a adoção da economia criativa na cidade e sua profissionalização;
- ❖ Organização de entes parceiros para gerir o projeto **Bauru Cidade Criativa**: FAAC-Unesp, OSCIP Instituto Noosfera e Federação Coletiva – Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas de Bauru.

3. DIAGNÓSTICO

Este capítulo visa acompanhar as etapas de diagnóstico que foram realizadas. Em um primeiro momento conhecendo o contexto geral do município e aos poucos descortinando, a partir de entrevistas, mentorias e workshops, as peculiaridades mais preciosas ou mais desafiadoras. O conteúdo a seguir contribui para embasar as ações e os projetos sugeridos no caminho para posicionar a economia criativa no centro das atividades do município de Bauru.

3.1 Caracterização histórica da cidade de Bauru

Bauru possui algumas características que podem ser consideradas únicas. A começar pela formação e pelo desenvolvimento que ocorre com a instalação da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil (NOB). A NOB era a única linha férrea que partia de uma cidade do interior, sua estação central é a terceira maior do país (atrás somente da Luz em São Paulo e Central do Brasil no Rio de Janeiro). A empresa foi a férrea mais lucrativa da América Latina e é uma das poucas empresas do setor de origem francesa, o que adicionou aspectos culturais importantes.

O prédio central, com projeto em *art déco*, reunia as três principais empresas férreas do país, característica considerada moderno para a época e que exprimia uma visão de integração. A empresa trouxe em sua esteira práticas como escolas médicas e odontológicas de ponta, centros de pesquisa e tecnologia e escolas de belas artes. A cidade é até hoje uma referência internacional em odontologia e em áreas médicas, com cursos da USP, com a presença do Hospital Regional e referências como o Instituto Lauro de Souza Lima.

No campo das ciências humanas também existem contribuições, com o surgimento da PRG 8, primeira emissora de rádio e televisão em uma cidade interiorana no país. Essa filosofia contribuiu para o caldo cultural que gera um dos campi mais destacados da UNESP com os cursos de arte polivalente, uma referência em campos como audiovisual, design e mídias.

Bauru era a fronteira entre a civilização bandeirante paulista e diversas nações indígenas, que habitavam o vasto território. A chegada da estação férrea, do café e dos

pioneiros foi um ponto de inflexão na região, que viu alguns dos maiores massacres indígenas já registrados. Hoje a região ainda abriga três etnias indígenas – Guarani, Kaingang e Terena –, cuja atuação cultural e política merece destaque.

Bauru é o 18º município mais populoso de São Paulo e o mais populoso do centro-oeste paulista. Em 2021, o IBGE estimou sua população em 381.706 pessoas. No entanto, sua influência se estende para cerca de 18 milhões de pessoas que habitam as cidades do entorno.

O município tem área total de 667,68 km² e grau de urbanização de 98,33% segundo dados provenientes da Fundação Seade. É um importante entroncamento aéreo, rodoviário e ferroviário, um dos maiores do mundo. Diversas rodovias ligam Bauru a diversos municípios paulistas, como Marechal Rondon, Comandante João Ribeiro de Barros, Cesário José de Carvalho e Engenheiro João Batista Cabral Renno. Sua posição geográfica a torna uma referência logística, sede de empresas como DHL e Fedex.

Similarmente Bauru se destaca no aspecto comercial e econômico, contemplando dois minidistritos industriais, quatro distritos e o quinto em fase de implantação, unidos a outros pontos da cidade abrigam mais de 1.200 Indústrias. O PIB superou R\$ 13 bilhões em 2016, com PIB per capita superior a R\$ 35 mil e o IDH de 0,801 (PNUD, 2010), considerado alto.

Encontram-se no município as centrais regionais de saneamento básico e abastecimento de água, as centrais de energia elétrica e os acessos a serviços diversos, como educação, saúde e habitação. Diversos profissionais – especialmente dos cargos de gestão –, de companhias de grande porte da região como a Ambev em Agudos e a Bracell em Lençóis Paulista residem em Bauru, onde há maior acesso a escolas (Bauru é referência em educação desde o nível infantil aos cursos superiores), comércio e lazer.

Vale mencionar que há um processo de ampliação na oferta de habitação, condomínios e rede hoteleira na cidade. Com poder aquisitivo elevado, há demanda por serviços de qualidade, lazer e gastronomia, com turismo vocacionado para os negócios. Segundo o Plano Diretor de Turismo (2017), cerca de 60% dos turistas vão à cidade a trabalho.

Em se tratando da urbanização, divide-se basicamente entre: zona sul, onde encontra-se a maior parte da estrutura de serviços, edifícios, restaurantes e comércios; centro

antigo, próximo à estação ferroviária, onde funcionam os comércios populares e o calçadão para pedestres, a Feira do Rolo, o Museu Ferroviário, o MIS – Museu da Imagem e do Som e os antigos bairros operários; por último, a ampla periferia com características plurais e disseminada em várias regiões, incluindo o Mary Dota, maior conjunto habitacional da América Latina.

Outro ponto referencial diz respeito ao polo de educação e tecnologia, são 39 instituições de ensino superior, incluindo FIB, USC, USP e Unesp. São mais de 20 mil estudantes universitários na cidade. Este público somado aos jovens periféricos e à circulação de pessoas da região tornam Bauru um ponto de encontro e uma referência em pluralidade cultural. Isso inclui estrangeiros e imigrantes, somado ainda à população indígena em território-satélite a menos de 40 minutos.

O ambiente de inovação usufrui desse cenário econômico e cultural. A cidade tem espaços como o Inova Bauru da Sedecon e a Conq, que reúne incontáveis pequenas empresas e startups. O que revela a tecnologia enquanto uma vocação. Há empresas de games, softwares e TI, além de estruturas para pesquisa e inovação, como os parques tecnológicos da FIB, Unesp e Prefeitura que buscam reconhecimento. Na Unesp, por exemplo, houve a instalação recente de três fab labs, ampliando o ferramental para estudantes, profissionais e pesquisadores. Em função desses ativos, existe um processo para reconhecer o município como Arranjo Produtivo Local (APL) de TI.

Os escritórios locais ligados ao Sistema S têm uma atuação crucial na região, como Sebrae, SENAC (com uma renomada escola), SENAI (considerada a melhor educação profissional do estado), SENAR e SEST SENAT. Tais instituições também são produtoras de conhecimento, inclusive tecnológico e educacional, além de fornecedoras de serviços para as classes profissionais e a população de maneira geral.

Saíram da cidade empresas nacionais como Fran's Café em serviços de alimentação e Tilibra em materiais para escrita e escolares. Hoje é também um polo de empresas de cobrança, como a Paschoalotto, que possui mais de 16 mil funcionários. A empresa emprega inúmeros jovens, inclusive universitários e hoje contempla um programa de capacitação em economia criativa, como uma estratégia de formação profissional que surgiu da atuação da sociedade civil de Bauru.

Em termos ambientais destacam-se incontáveis atributos, como as pesquisas da FEB-Unesp (Engenharia Ambiental), as florestas urbanas da cidade e os córregos urbanos com matas ciliares (embora mal utilizadas). Além de empresas como Eco Verde (Grupo Rays) e outras empresas da região como Estre e Lwart. Há coleta seletiva no município e o Projeto Vira Mais para coleta de isopor e ainda outros ativos ambientais, com muitos rios e locais de preservação, como o Jardim Botânico, o Jardim Zoológico e o Horto Florestal.

O Jardim Botânico tem mais de cem anos e desde 2018 é parte da RVS Aimorés (Unidade de Conservação de Proteção Integral) com área de 1.724,237 hectares, uma nova Unidade de Conservação, em conjunto com a “Área de Relevante Interesse Ecológico (ARIE) Leopoldo Magno Coutinho” (Unidade de Conservação de Uso Sustentável), que constituem o Mosaico de Unidades de Conservação do Cerrado Paulista, o maior remanescente de vegetação desse Bioma fica em Bauru.

3.2 Setores Criativos

Em 2022, o orçamento da Secretaria chegou a R\$ 16 milhões com suplementação de dois milhões, superando o investimento previsto no orçamento, o PEC – Programa de Estímulo à Cultura dobrou e chegou a R\$ 450 mil por ano. Foram realizados editais inéditos, inclusive um dedicado ao audiovisual, reconhecendo a importância do setor para Bauru. Esse contexto coloca em evidência a retomada do investimento em cultura no município.

A cidade conta com estruturas como o Parque Vitória Régia e sua concha acústica ao ar livre, o Recinto Mello Moraes apto a receber shows de grande porte e o Teatro Municipal com 450 lugares, onde são realizadas mais de 300 apresentações por ano.

As diversas praças da cidade como a Praça do Avião, Praça da Hípica, Praça Portugal e Praça da Paz são espaços importantes para o esporte, lazer e a gastronomia, além de receberem feiras criativas. Embora haja pelo menos 25 praças com grande potencial de uso, verifica-se a necessidade de melhorias e programação de atividades para serem mais utilizadas.

Diversos setores criativos têm importante história e presença econômica em Bauru. A força criativa do município se expressa em múltiplos setores criativos e segmentos de atuação cidadã.

Arte Popular & Artesanato

Artesãos, empreendedores e eventos como o Bazar das Deusas, Feira do Kilombo, Feira Criativa Bauruense e a Feira UBÁ, com lei municipal que garante sua realização há vinte anos. Consiste em um dos segmentos melhor articulados da cidade e tem arregimentado atores criativos de outras áreas como gastronomia, música e teatro. Há feiras semanais na Praça do Avião e Parque Vitória Régia, além de eventos frequentes em espaços alugados e praças. Instituições como SENAC e SEST SENAT também têm organizado eventos do gênero. Na Arte Popular, vale destacar os grupos de capoeira, samba e expressões populares que seguem vivas e atuantes nos bairros da cidade e com projetos ativos.

Design

O setor de design é contemplado por empresas na cidade assim como a oferta de cursos de destaque na Unesp, ensino médio técnico no SENAC e no SENAI e outras faculdades da cidade. O setor usufrui do ambiente tecnológico e de comunicação, ambos significativos. O evento Interdesigners, que completou 30 anos em 2022, constitui um relevante ativo criativo como fórum de discussão e intercâmbio. A disciplina é estimulada também com atividades do SESC, como aulas de softwares, encontros de jogos, exposições, entre outros. Grupos como o Crisálida unem design de moda, sustentabilidade e arte popular exitosamente.

Gastronomia

Campeões de gastronomia, como Chef Moa e Juliana Vitorino, contribuem para fortalecer o segmento. Há uma rede gastronômica importante e diversos eventos de gastronomia ligados às feiras de artesanato. Vale destacar o sanduíche Bauru, reconhecido como patrimônio imaterial paulista, com certificação especial para hotéis e restaurantes, é um ativo relevante.

Música

A cidade contempla inúmeras escolas de música além de músicos de renome formados. A Banda Sinfônica completou 20 anos e a Orquestra 18 anos. Ambas são mantidas pelo município e exportam profissionais para bandas do país e do mundo. O carnaval é considerado o maior evento turístico da cidade e referência na região, com escolas de samba e blocos de rua. O Movimento Coletivo Samba realiza programas de rádio e rodas semanais, além de encontros com apoio do SESC.

Literatura

A Academia Bauruense de Letras e o grupo Expressão Poética são importantes destaques, eles chegaram a pleitear que a cidade se tornasse capital da literatura pela grande quantidade de autores. A Festa Literária completou 20 edições realizando 40 editais para teatro, contação de histórias e mesas literárias, e grupos como o GAS – Grupo de Artes Sequenciais fazem um aceno às artes midiáticas.

Artes Cênicas

É um setor ativo em Bauru, além de apresentações no Teatro Municipal, eventos como as feiras criativas recebem apresentações. O Festival Internacional de Bonecos e o FACE ambos completaram 11 anos e o FestinBau chegou na 10ª edição. Os três eventos demonstram um potencial significativo alicerçado à Casa do Circo, mantida pela prefeitura, assim como a Cia. Estável de Dança, que completou dez anos.

Hip Hop

Tem conquistas como a Semana do Hip Hop mantida por lei municipal e espaços como Acesso Popular e Casa do Hip Hop. Há eventos diários com batalhas de rima abrangendo todas as regiões da cidade, o que torna o Hip Hop a expressão mais diversa e capilarizada do território. Há atividades ligadas a setores criativos variados: DJ (música e mídias), Rap (literatura e música), Breaking (dança), Graffiti (artes visuais), Conhecimento (educação), Empreendedorismo (economia), Beatbox (música), Linguagem de rua (educação, poesia e literatura) e Moda de Rua (design). Os grupos têm oferecido oficinas em escolas públicas e em OSCs dedicadas ao atendimento de jovens e adolescentes em contraturno escolar.

Coletivos

Com características diversas, existem coletivos como Casa Sensorial, FMC, Fuzuê, GAS, Glitch, Liga da 014, Três quatro, além de grupos como Expressão Poética (literatura) e Protótipo Tópico (teatro). Eles constituem um arranjo inovador no município. O Três quatro, por exemplo, investe em música eletrônica e projeções. O FMC possui mídia própria, casa coletiva, intercâmbios periféricos, troca de tecnologias e fortalecimento comunitário. O Fuzuê tem ganhado editais municipais e estaduais organizando eventos inclusivos em espaços públicos e no SESC.

Conselhos da Cultura

Cada vez mais atuantes, os três conselhos ligados à Secretaria de Cultura têm influenciado as políticas públicas. O Conselho Municipal da Comunidade Negra consiste em um dos mais atuantes e tem gerado mudanças relevantes nas políticas ligadas à periferia. O CODEPAC – Conselho de Defesa do Patrimônio Cultural de Bauru é fundamental na ativação de locais com grande potencial cultural como a Estação Ferroviária. O Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru tem colhido vitórias com a ampliação do PEC e a discussão do orçamento anual para a cultura.

Artes Midiáticas

Em sua inscrição no CRIA SP, a cidade precisou definir um setor criativo que seria nuclear, a referência central para o estímulo a todos os setores criativos. No caso de Bauru, o setor nuclear escolhido foi o audiovisual, representado na Rede de Cidades Criativas da UNESCO pelas Artes Midiáticas e pelo Cinema.

O primeiro desafio na cidade foi avaliar a escolha assertiva do setor criativo. Para realizar essa avaliação, foi fundamental mapear as características peculiares de Bauru, que incorporam seu potencial de maior adoção da economia criativa como matriz de atividade humana.

Em contato com as universidades, o ambiente de inovação da cidade e o Coletivo Plano Conjunto, responsável por iniciativas como o APL de Audiovisual, a Cinemateca Bauruense de Cinema e o Filma Bauru, foi possível definir as Artes Midiáticas como o setor criativo núcleo do projeto.

Destacada no CRIA SP, as Artes Midiáticas são um setor de alto desenvolvimento e engloba serviços, maquinário e equipamentos, difusão de conteúdos e toda a cadeia audiovisual, incluindo as artes performáticas – como as cênicas e do corpo – e setores correlatos: artes e ofícios diversos, tecnologia, software, jogos, áudio e música, cenografia, design, objetos, entre outros.

A estrutura e vocação tecnológica e educacional de Bauru favorecem o fortalecimento das Artes Midiáticas como estratégia de emancipação cultural e intelectual, geração de trabalho e atração e retenção de talentos, um desafio do município destacado pela Sedecon. Mais do que isso, as Artes Midiáticas podem ser utilizadas para tornar os espaços públicos mais vivos, com eventos e técnicas como a projeção mapeada, além de permitir o uso do registro audiovisual como fator de potencialização dos demais setores criativos.

Há ações recentes do Coletivo Plano Conjunto como a Cinemateca digital, o festival Filma Bauru e a atuação de profissionais da cidade no ICine – Fórum de Cinema do Interior Paulista. O Museu de Imagem e Som (MIS) está com uma verba de 1,5 milhão de reais para reforma/digitalização e o Museu Ferroviário com 600 mil reais oriundos de edital estadual e nacional para reforma estrutural e digitalização do acervo.

A história ambiental da cidade é fundamental para unir Cidade Criativa com Agenda 2030, são quatro parques urbanos e há parques lineares já instalados. As artes midiáticas enfocam o uso do espaço público como suporte audiovisual. É uma oportunidade de uso das praças e parques existentes junto à ampliação dos parques lineares e matas ciliares prevista no Plano Diretor de Bauru. Destaca-se ainda o Jardim Botânico, referência turística na região, que integra a RVS Aimorés (Unidade de Conservação de Proteção Integral) com área de 1.724,237 hectares, maior remanescente de vegetação do Bioma Cerrado no estado.

APL Audiovisual

Um Arranjo Produtivo Local (APL) é um conjunto de agentes de natureza diversa, que participam nas tarefas principais de uma aglomeração produtiva, o que inclui empresas produtoras (de um produto/serviço de um setor específico) e fornecedoras, centros de pesquisa, agentes do governo, instituições do terceiro setor e universidades.

A cidade de Bauru é o primeiro Arranjo Produtivo Local (APL) de audiovisual reconhecido no estado de São Paulo, com amplo potencial de sinergia e crescimento. É o 23º município do país em empresas de audiovisual, responsáveis por produções para Amazon Prime, Globo, GNT, HBO e Netflix. Há variados profissionais de animação, games e software, a animação indicada ao Oscar O Menino e o Mundo, por exemplo, foi produzida por um profissional bauruense.

O APL é uma articulação do Coletivo Plano Conjunto em parceria com FIB e Unesp, faculdades que formam muitos profissionais da cidade. São 39 instituições de ensino superior, incluindo cursos, pesquisas e formações da Unesp em artes, audiovisual, comunicação, design, mídias e tecnologia. A FIB possui um curso de audiovisual de grande destaque. O SENAI Bauru, tido como a melhor educação profissional do estado, é campeão internacional em design gráfico e principal polo gráfico do estado e o SENAC contempla um ensino médio técnico em informática e multimídia. Há ainda cursos de comunicação e design em instituições como Unisagrado e USC.

Somam-se ao cenário do conhecimento e educação, as estruturas, os programas de pesquisa e extensão e polo tecnológico ligado às universidades, gerando um contexto potencializador das artes midiáticas. Ativos como os fab labs da UNESP, três parques tecnológicos buscando reconhecimento e a formalização em andamento do APL de TI, em função da grande quantidade de empresas e iniciativas ligadas a jogos, softwares e tecnologia em geral.

APL e Cidade Criativa

O projeto **Bauru Cidade Criativa** chega em momento propício, no qual estão sendo estabelecidos os entes gestores e as ações de integração do setor audiovisual. O projeto é oportuno também por entregar maior reconhecimento ao setor, oportunidades de investimento e projetos de disseminação das artes midiáticas e do audiovisual como um arranjo produtivo de extrema relevância, inclusive com amplitude internacional.

Após o reconhecimento do APL Audiovisual em Bauru, está sendo iniciado o processo de identificação da sua maturidade, que se inicia em 2023. A estreita parceria entre o Sebrae e a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado acaba de dar um novo

reconhecimento ao APL Audiovisual com uma premiação de R\$ 175 mil para realizar o mapeamento setorial e o planejamento estratégico, avançando a maturidade do cluster.

Cadeia produtiva audiovisual

Segundo dados do IBGE, Bauru se consolida como líder setorial dentre os 201 municípios do Centro-Oeste Paulista, que incluem as Mesorregiões Geográficas de Araçatuba (36 municípios), Bauru (56 municípios), Presidente Prudente (54 municípios), Marília (20 municípios) e Assis (35 municípios).

O perfil das empresas bauruenses foi observado por meio de três fontes de informação. Em primeiro lugar, o levantamento no Cadastro Geral de Empresas (CEMPRE) do IBGE, extraído pelo sistema SIDRA, cujo último levantamento consta de 2018. Ali é possível cruzar dados dos empreendimentos formais registrados em determinados CNAE (Cadastro Nacional de Atividade Econômica) em cada município.

A unidade territorial da empresa se refere apenas ao endereço da sede, de forma que não se consideram eventuais produtores que atuam em Bauru, entretanto, possuem suas respectivas pessoas jurídicas cadastradas em outras localidades. É válido salientar que não são considerados no referido levantamento do IBGE os Microempreendedores Individuais (MEI), cruciais na dinâmica produtiva atual.

A metodologia utilizada considera apenas o CNAE primário da empresa, podendo existir empresas que possuem a produção audiovisual dentre seus CNAE secundários. Portanto, foram destacadas as empresas dos CNAE 59 (atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão; gravação de som e edição de música) e 60 (atividades de rádio e de televisão), observando também as incidências em cada uma das subclasses das referidas categorias econômicas.

Diante desse panorama, são 25 empreendimentos identificados no CNAE de Atividades Cinematográficas, Produção de Vídeos e de Programas de Televisão; Gravação de Som e Edição De Música e 12 nas Atividades de Rádio e Televisão.

Figura 1: CNAE 59 – Atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão e gravação de som e edição de música



Fonte: IBGE – Cadastro Central de Empresas, 2018.

Figura 2: CNAE 60 – Atividades de rádio e de televisão



Fonte: IBGE – Cadastro Central de Empresas, 2018.

Para entender a importância do posicionamento de Bauru no setor audiovisual no estado de São Paulo, é possível realizar outro recorte. Ao excluir os municípios da cidade-região de São Paulo composto de 92 municípios – que concentrava 24,6% da produção econômica brasileira em 2017, e é o maior cluster do setor na América Latina –, Bauru aparece na terceira posição do estado. No âmbito nacional, excluindo-se as capitais, Bauru é o 14º polo audiovisual do país.

Identificou-se um total de 59 empresas, classificadas no gráfico de acordo com o seu CNAE principal. Destas, dezesseis (16) possuem CNAE de produção audiovisual, doze

(12) agências de publicidade e marketing, oito (8) emissoras de televisão, três (3) empresas de desenvolvimento de jogos digitais, e duas (2) de exibição cinematográfica.

De todos os dados aferidos pelo levantamento da Junta Comercial, o mais relevante concerne à significativa quantidade de Microempreendedores Individuais (MEI) com atividades relacionadas ao setor audiovisual. Num total de 465 registros somados, os empreendedores com registros nas áreas de Edição de Vídeo, Filmagem e Fotografia, compõem uma potencial massa de trabalhadores emergentes que trabalham sob contrato de prestação de serviço e freelance, regime usual dentro do setor.

Salienta-se que não há como saber quantos destes Microempreendedores Individuais que registraram os CNAE efetivamente atuam no setor, e tampouco aqueles que atuam no setor, mas possuem seus registros individuais de outro município. O expressivo número de empreendedores sob este regime pode ter dois motivos: um primeiro pela característica produtiva do setor com ciclos baseados em projetos, demanda o processo de “pejotização” do trabalhador, de modo a facilitar os contratos de prestação de serviço pontuais, como diárias de filmagem ou edições de vídeos esporádicas.

Figura 3: Empresas em Bauru com atividades cinematográficas, televisão e games



Fonte: Banco de Dados da Junta Comercial do Estado de São Paulo, 2020.

Formação e transmissão

Outro fator provável é o influxo de profissionais recém-formados por cursos superiores diretamente relacionados ao setor audiovisual. A existência de cursos de formação

profissional em determinadas áreas tende a influenciar o fluxo de profissionais e disponibilidade de mão de obra deste setor na região em que estão instalados.

Bauru conta com o curso de Rádio, TV e Internet da Unesp, somando-se ao curso de Produção Audiovisual da FIB (Faculdades Integradas de Bauru), demonstrando que existe no município um importante polo de formação de profissionais. Ainda é possível adicionar cursos correlatos da própria Unesp na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação: Design, Artes Visuais, Jornalismo e Relações Públicas. A FIB oferece cursos de Design e Publicidade e Propaganda.

A Unisagrado possui os cursos de Artes, Design, Jornalismo e Publicidade e Propaganda. O setor correlato dos games, por sua vez, se beneficia dos cursos de Computação e Sistemas de Informação da Unesp, do curso de Jogos Digitais da Unisagrado e de cursos do SENAC, SENAI e SESC.

Bauru é uma referência em transmissão e mídias. Foi uma das pioneiras do Brasil ao obter, no final da década de 50, a concessão de um canal de TV por meio da atuação do empresário ítalo-brasileiro João Simonetti, fundador da Bauru Rádio Clube, primeira emissora de rádio da cidade. Ainda no governo de Getúlio Vargas, Simonetti solicitou uma concessão, outorgada em 1959, operando em caráter experimental no mesmo ano. Fundada oficialmente em 1 de agosto de 1960, a emissora foi a primeira televisão do interior paulista e a primeira do Brasil constituída fora de uma capital.

Um dos efeitos auxiliares da presença das universidades são as TVs universitárias. O Canal Universitário de Bauru (CNUB) é formado por um grupo de profissionais ligados aos estabelecimentos de ensino superior que se reuniram em torno do objetivo de instalar um canal próprio. Sua origem remonta a elaboração do programa TV Centrinho USP, veiculado pela primeira vez em 24 de junho de 1996, por meio do Canal da Cidade. Ele foi parte integrante do projeto ScienceNet, cujo objetivo era a divulgação da produção científica da universidade.

A programação passou a ser dividida entre a TV USC, cujo fomento é de responsabilidade da Unisagrado, a TV FIB, das Faculdades Integradas de Bauru, e a TV UNIP, da Universidade Paulista, cuja programação é totalmente elaborada em São Paulo.

Um dos maiores reconhecimentos da TV USP Bauru foi a participação premiada no Festival Aruanda do Audiovisual Brasileiro (FestAruanda), realizado anualmente em João Pessoa, na Paraíba. Ao longo dos últimos dez anos, a TV USP Bauru faturou na competição sete prêmios nas categorias Melhor Programa, Melhor Reportagem e Melhor Interprograma. Além dos prêmios, o núcleo de produção bauruense foi finalista 17 vezes na mostra.

Com a primeira transmissão em novembro de 2011, a TV UNESP é a primeira emissora universitária 100% digital criada no Brasil e faz parte do Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativo, do qual também faz parte a UNESP FM. Afiliada à TV Cultura, a televisão trabalha com equipamentos de última geração e tem como missão aproximar a pesquisa acadêmica do dia a dia da audiência, desempenhando um papel crucial nas atividades de ensino, pesquisa e extensão realizadas pela Unesp.

Outro destaque importante da TV UNESP é seu campo de experimentação em pesquisas aplicadas, com projetos voltados, por exemplo, para cenários virtuais, implementação de interatividade dentro dos programas, estreitamento de relações com o público através das mídias sociais, internet, disponibilização de conteúdos *on demand* e utilização de figurino e maquiagem adequados à tecnologia HD.

Muitas destas pesquisas foram realizadas em parceria com o Mestrado Profissional em TV Digital, programa interdisciplinar que iniciou as atividades acadêmicas em 18 de agosto de 2008 e teve como princípio norteador o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital – Terrestre (SBTVD – T), naquele momento em fase inicial de implantação no país.

A partir de julho de 2015, o programa ampliou o escopo e passou a ser denominado “Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT)”. No fim do mesmo ano, foi aprovado o curso de doutorado em Mídia e Tecnologia. Para além das parcerias com a TV UNESP e somado às produções acadêmicas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, a Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru (FAAC) se consolidou como um dos principais centros de pesquisa teórica e aplicada em audiovisual do país.

Bauru possui ainda a TV Preve, uma emissora educativa que teve seu início de transmissão em 1 de novembro de 1995 através de uma concessão da TV Cultura e TV Educativa sendo uma das pioneiras nesta modalidade de comunicação. Atualmente, mantém sete horas diárias com programação local, trazendo conteúdo para a audiência de Bauru e outros 20 municípios em um raio de 100 km da cidade, incluindo notícias locais, transmissões exclusivas das sessões da Câmara Municipal e atividades esportivas.

A emissora também é retransmissora da TV Brasil e da Rede NGT. A emissora está ligada ao Grupo Preve Objetivo, que possui 11 unidades escolares entre Bauru, Jaú, Lins, Agudos, Marília, Pederneiras e São José do Rio Preto e conta com cursos de nível infantil, fundamental, médio e pré-vestibular.

Para fechar a presença dos canais não-comerciais, a televisão comunitária TVC Bauru iniciou suas atividades no dia 3 de agosto de 2003, com a finalidade e o compromisso de democratizar, diversificar e viabilizar por meio de parcerias com a própria comunidade o acesso dos diversos segmentos da sociedade ao meio de Comunicação Televisivo. A TVC é filiada da FRENAVATEC – Frente Nacional de Valorização das TVs do Campo Público e ACESP – Associação dos Canais Comunitários do Estado de São Paulo, que conjuntamente promovem acordos de Cooperação Técnica/Cultural com os demais canais do campo público e com diversos produtores independentes, objetivando o fortalecimento da produção regional.

Figura 4: Canais de TV em Bauru



Fonte: Coletivo Plano Conjunto, 2022.

Concluindo o total das oito TVs em Bauru, há três emissoras comerciais, sendo duas ativas e uma constituída enquanto entidade jurídica. Este último caso é da NSTV Sistema

de Comunicações LTDA, empresa fundada em 2009 e subsidiária do NS Group, uma holding que atua nos segmentos hospitalar, escolar, prisional e restaurantes públicos em dez estados (São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Sergipe Paraíba e Maranhão). O grupo entrou em diversas licitações de concessão de Rádio e Televisão, no entanto, ainda não se constituiu como emissora operacional.

Das emissoras ativas, Bauru possui duas das mais tradicionais e importantes TVs do interior, a TV Bauru LTDA (atualmente TV TEM Bauru) e a TV Cidade de Bauru LTDA (atualmente Record TV Paulista). Esta história é relatada na dissertação de mestrado em Comunicação da Unesp intitulada “Telejornalismo regional: identidade e representações” (SILVA, 2005).

3.3 Diagnóstico – Matriz FOFA

A análise do município de Bauru será realizada dedicando-se especialmente a observar os aspectos que influenciam a relação com a economia criativa, favorecendo ou dificultando sua maior adoção.

Bauru é uma cidade com mais de 380 mil habitantes, tem influência direta em uma população de mais de 3 milhões de pessoas e influência ampliada de 18 milhões de pessoas. A referida complexidade se amplifica devido ao fato de a cidade contemplar três ferrovias e inúmeras rodovias, bem como aeroporto e numerosos rios, tornando-se o “chão de passagem” para comércio e negócios, cultura e lazer, educação e saúde. Além disso, caracteriza-se enquanto um centro logístico onde empresas como DHL, Fedex e JadLog têm centros logísticos os quais recebem e enviam materiais e produtos para distintos locais.

No campo da educação e saúde, vale destacar que Bauru não é somente uma referência nacional, mas também internacional. A cidade recebe estudantes e pessoas em busca de tratamento de toda a América do Sul, América Latina e de outros lugares, assim como pesquisadores ligados a áreas do conhecimento e saúde.

Em função desse cenário, a consultoria não se restringiu a aplicar a Matriz FOFA somente ao município e ao cenário da economia criativa. A análise foi aplicada em diversos

campos que têm importância tática e estratégica na implantação bem-sucedida do projeto **Bauru Cidade Criativa**, sua governança e financiamento, bem como seu corpo de voluntários e projetos. Além da subsequente candidatura para ingressar na Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

FOFA é um acrônimo para forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. Esta matriz é uma ferramenta fundamental para elucidar no macro e no micro a realidade do objeto de análise, avaliando as forças e fraquezas e observando tendências que podem ser aproveitadas (oportunidades) ou que devem ser repelidas (ameaças).

Quadro 1: Matriz FOFA – Município de Bauru

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diversidade humana e cultural; ❖ Estudantes universitários; ❖ Juventude não-universitária; ❖ Memória e simbolismo; ❖ Posição regional, estrutura e logística; ❖ Polo educacional e capital intelectual; ❖ Ambiente tecnológico; ❖ APL do Audiovisual; ❖ Eventos/projetos culturais estabelecidos. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Potencializar a característica de lugar de passagem; ❖ Diversidade e produção cultural; ❖ Utilizar as praças e espaços da cidade; ❖ Disseminar o conhecimento produzido nas universidades; ❖ Soluções gestadas nas universidades; ❖ Sensibilizar das empresas; ❖ Criar lideranças criativas nos bairros.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Baixo investimento em cultura; ❖ Turbulências políticas, como processo de impeachment e trocas em secretarias; ❖ Há poucos pontos de encontro e pouco uso do espaço público; ❖ Separação entre centro e periferia; ❖ Mobilidade urbana deficiente; ❖ Instituições fechadas em si; ❖ Ausência de estímulo à diversidade; ❖ Lei Anti-Festa. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Evasão de talentos e juventude.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 2: Matriz FOFA – Gestão Pública na Cultura

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Recursos financeiros disponíveis; ❖ Estruturas e recursos materiais; ❖ Teatro municipal e espaços públicos; ❖ Projetos fortes com histórico; ❖ Artistas e produtores culturais atuantes; ❖ PEC – Programa de Estímulo à Cultura; ❖ Força histórica e regional da cidade. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aproveitar o potencial cultural da cidade; ❖ Desenvolver novos projetos culturais; ❖ Fortalecer os projetos já existentes; ❖ Utilização dos espaços públicos; ❖ Ativar espaços públicos abandonados; ❖ Editais estaduais e federais como o FID; ❖ Ampliar o orçamento do PEC.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de importância na gestão municipal; ❖ Excesso de burocracia (demora); ❖ Ausência de integração com outras secretarias e outros setores da sociedade; ❖ Falta escuta à sociedade civil; ❖ Baixo uso dos espaços públicos. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Evasão de artistas por falta de oportunidades; ❖ Perda da confiança no poder público; ❖ Piora da relação com os atores criativos; ❖ Instabilidade das verbas para o setor; ❖ Projetos paralisados e encerrados; ❖ Depreciação de espaços sem uso (como a Estação Ferroviária).

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 3: Matriz FOFA – Arquitetura e Urbanismo

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diversos prédios importantes bem localizados sem uso; ❖ Florestas urbanas; ❖ Córregos conectando toda a cidade; ❖ Trilhos conectando toda a cidade; ❖ Projetos e pesquisas originários das universidades. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Potencial regional; ❖ Retrofit de edifícios parados; ❖ Implantar parques lineares; ❖ Mobilidade por trilhos; ❖ Conhecimento produzido nas universidades de Arquitetura e Urbanismo; ❖ Estatuto da cidade – instrumentos intrínsecos.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Carência de espaços de lazer livres e ativados; ❖ Mobilidade urbana deficiente; ❖ Falta de uso do centro urbano (área comercial central). 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Grandes empresas de construção guiando a ocupação da cidade; ❖ Interesses privados; ❖ Gentrificação dos espaços.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 4: Matriz FOFA – Ambiente Universitário

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Pesquisas e estrutura para a inovação; ❖ Produção de conhecimento; ❖ Estudantes como coletivo; ❖ Espaços como o Bosque da Unesp. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Gerar projetos; ❖ Utilizar pesquisas já realizadas; ❖ Grupos de pesquisa e laboratórios já existentes e consolidados; ❖ Interação com a cidade; ❖ Aulas abertas.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de comprometimento para além da universidade; ❖ Ausência de integração com o restante da cidade; ❖ Baixa ação gerada a partir das pesquisas (escassez de pesquisa-ação); ❖ Estudantes passivos. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Salas segregadas; ❖ Falta de ação coletiva.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 5: Matriz FOFA – Empresas e Sistema S

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Sistema S com resultados em nível nacional e internacional; ❖ Setor politicamente atuante; ❖ Empresas de médio porte em crescimento nas áreas de TI, games e audiovisual; ❖ Diversidade criativa e coletivos da sociedade civil. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Fazer investimentos com mais foco em sustentabilidade e economia criativa; ❖ Realizar ações externas para além das sedes institucionais; ❖ Efetuar ações integradas entre empresas de diferentes setores; ❖ Integrar instituições do Sistema S em ações conjuntas; ❖ Troca de conhecimento e programas em parceria pelas instituições de ensino do Sistema S e escolas técnicas; ❖ Mudança do executivo federal, deputados estaduais e federais atuantes e com verbas; ❖ Internacionalização das empresas, atração de eventos melhores e maiores; ❖ Novo plano nacional para o setor de jogos que teve envolvimento de profissionais de Bauru.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de integração do Sistema S e de uma visão de mundo multidisciplinar e sustentável; ❖ Escassez de representantes da cultura criativa no legislativo e executivo; ❖ Falta melhorar a gestão, especialmente na retenção de talentos; ❖ Ausência de articulação e integração desses setores com a sociedade civil. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Sistema S: conjuntura industrial desfavorável; ❖ Falta de aplicação das políticas públicas de fomento; ❖ Presença de milícias no interior do estado; ❖ Empresas de TI que pagam em dólar e atraem talentos.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 6: Matriz FOFA – Assistência Social

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Territorialização que impulsiona a relação com os bairros; ❖ Política pública focada no direito de ser e na autonomia; ❖ Profissionais capacitados na área. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Planejamento 2023; ❖ Mudanças nos padrões normativos; ❖ Coletivo como resposta e método; ❖ Potencial das crianças e dos adolescentes; ❖ Inclusão produtiva com incubadoras, produção e venda coletiva.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Interesses externos que utilizam a assistência para regular o comportamento (como espaços de acolhimento que incutem valores retrógrados e fechados); ❖ Uso das cestas básicas como forma de regular comportamento; ❖ Desigualdade e pobreza nos bairros e periferias. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de coesão da política social; ❖ Diminuição dos investimentos; ❖ Não há política pública de segurança alimentar tão pouco de autonomia alimentar.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 7: Matriz FOFA – Comunidades Periféricas

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Coesão comunitária; ❖ Talentos, especialmente artísticos (esporte, escolas de samba e moda); ❖ Funk, samba e hip hop; ❖ Gastronomia; ❖ Vontade de realização; ❖ Relação com o território; ❖ Projetos já desenvolvidos pela comunidade; ❖ Grande potencial de transformação social. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Articulação coletiva; ❖ Fortalecimento das bases; ❖ Possibilidade de autonomia da periferia; ❖ Aumento na qualidade de vida; ❖ Captação de recursos externos; ❖ Relação de trocas e intercâmbios entre periferias; ❖ Eventos de geração de vendas para todos os setores; ❖ Criação de uma programação periférica; ❖ Revitalização e utilização de espaços (como campos de futebol, pracinhas e fábricas abandonadas).
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Dificuldade de articulação; ❖ Falta de tempo e recursos; ❖ Ausência de investimento e diálogo com o poder público; ❖ Privatização que dificulta o acesso. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Reforço da pobreza; ❖ Necessidade de recorrer ao crime; ❖ Visão higienista da periferia; ❖ Violência do Estado.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 8: Matriz FOFA – Cultura de Rua

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Presença de diversos coletivos e iniciativas; ❖ Público ativo; ❖ Abrangência de espaços e regiões; ❖ Criatividade. 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Público jovem; ❖ Acesso à internet; ❖ Popularização das batalhas de rima; ❖ Alcance regional; ❖ Transformar Bauru em polo regional.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarticulação com o poder público; ❖ Precarização de mercados específicos; ❖ Falta de remuneração. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Evasão cultural e profissional.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 9: Matriz FOFA – Meio Ambiente

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Pesquisas da FEB-Unesp (Engenharia Ambiental); ❖ Florestas urbanas da cidade; ❖ Córregos urbanos com matas ciliares (embora mal utilizadas); ❖ Empresa Eco Viverde (Grupo Rays) e outras ambientais da região como a Estre; ❖ Praças, parques e espaços verdes como Zoológico, Horto Florestal e Jardim Botânico; ❖ Coleta seletiva (embora tenha questões delicadas); ❖ Coleta de isopor (Projeto Vira Mais). 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Utilizar matas ciliares de córregos urbanos para parques, pistas de bicicletas e caminhadas; ❖ Melhorar a qualidade da água a partir do Rio Batalha; ❖ Fomento ao turismo ambiental nas propriedades rurais; ❖ Nova política ambiental com mudança no governo federal; ❖ Projetos de educação ambiental.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Não tem tratamento de efluentes (esgoto in natura no Rio Bauru); ❖ Problemas com a água, o Rio Batalha tem mau tratamento; ❖ Plano diretor sem aplicabilidade; ❖ Recursos FEHIDRO mal geridos; ❖ Faltam projetos de extensão pesquisas/sociedade. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ausência de tratamento de esgoto e de coleta d'água; ❖ Falta de consciência alimentar e ambiental.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 10: Matriz FOFA – Turismo e Regionalização

<p style="text-align: center;"><u>FORÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diversidade cultural e periférica; ❖ Presença de universidades; ❖ Potência latente (alcance regional e polo cultural); ❖ RT Coração Paulista; ❖ Cidade central de uma região promissora; ❖ Grandes áreas naturais; ❖ Economia criativa em ascensão; ❖ Estrutura hoteleira; ❖ Estação ferroviária; ❖ Cidade multicultural; ❖ Cidade universitária (Unesp). 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Editais nacionais e internacionais; ❖ Criar circuitos turísticos (bicicleta, hip hop, rural e ambiental); ❖ Bauru como polo da RT Coração Paulista; ❖ Relação com a história local e regional (Ex.: Estação Ferroviária, Festival de Iacanga); ❖ Mais ativação de espaços culturais estruturados; ❖ Estímulo à economia criativa para aumentar a desejabilidade, permanência e identidade da região e município; ❖ Estímulo ao potencial humano no geral; ❖ Preservar a diversidade ancestral; ❖ Transformar Bauru em um hub criativo.
<p style="text-align: center;"><u>FRAQUEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Inexistência de políticas públicas; ❖ Desarticulação entre as cidades; ❖ Ausência de divulgação; ❖ Falta de acessibilidade; ❖ Não engajamento dos jovens em relação ao turismo da cidade; ❖ Falta a história da cidade estar mais representada; ❖ Lei Anti-Festa; ❖ Escassez de opções de encontro e programas, inclusive nos espaços públicos; ❖ Deficiência na mobilidade urbana, cidade pensada para o carro particular. 	<p style="text-align: center;"><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Baixo engajamento em relação ao turismo; ❖ Histórias apagadas (diminui conteúdo cultural-turístico); ❖ Baixa permanência de turistas (motivados a negócios, saúde e estudo, o tempo de permanência se mostra baixo e pontual ausente de interlocução com a cidade); ❖ Ausência de receptivo e centro de informação para os turistas.

Fonte: Elaboração própria.

3.4 Consolidação e síntese

Ao observar as potencialidades e os desafios de cada um desses setores, é possível notar algumas recorrências. Vale destacar: a diversidade cultural como um importante ativo e a falta de estímulo (recursos) e integração como desafios.

Alicerçado a isso, embora as instituições sejam cruciais para o ecossistema de Bauru e forneçam serviços de excelência, sua ausência no espaço público contribui para um ambiente menos movimentado e interessante do que poderia ser.

Por um lado, há conhecimento, educação, pesquisa e projetos em abundância, assim como há diversidade, competência e interesse da sociedade civil, por outro, nota-se a ausência de investimentos, integração e uso do espaço público.

Com base nesse diagnóstico, foi avaliada a condição de Bauru para se candidatar à Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Em primeiro lugar, há abundância e diversidade de pessoas, especialmente educadores, pesquisadores, jovens universitários, jovens periféricos, artistas, coletivos e produtores culturais.

Na música, por exemplo, a Orquestra de Bauru com 18 anos e a Banda Sinfônica com 20 anos exportam músicos para todo o Brasil e para o mundo. O Senai Bauru, melhor instituição de educação profissional do estado, forma mecânicos, confeitores, construtores, engenheiros, designers e produtores gráficos, entre outros profissionais, com nível internacional.

Na literatura, existe uma quantidade considerável de escritores e grupos, além da Festa Literária com 20 anos de existência, que realizou em 2022 um edital contemplando 40 ações criativas, incluindo teatro, dança, contação de histórias e mesas literárias. Nas artes performáticas, a Cia. Estável de Dança celebra 10 anos e o teatro tem três eventos anuais com mais de dez anos: FACE, FestinBau e Festival Internacional de Bonecos. No Artesanato, existe a Feira Ubá com realização garantida por Lei Municipal há 20 anos, entre outras incontáveis iniciativas.

Embora contem com apoio de divulgação e estrutura da prefeitura, os movimentos são baseados em sua maioria na sociedade civil. Em todos os campos criativos, encontra-se

expressiva fertilidade e propensão à abundância. O hip hop, por exemplo, dispõe de eventos diários atuando em todas as regiões do território.

As instituições são igualmente importantes, a exemplo do SESC o qual promove shows e espetáculos, realiza ações de mapeamento como o projeto Cartografias Possíveis. Além disso, ainda estimula a arte e a tecnologia por meio de aulas, oficinas e encontros como aqueles ligados a jogos e RPG, assim como ações com grupos de quadrinhos e animação como Glitch e GAS – Grupo de Artes Sequenciais.

O SEST SENAT passou a abrir o seu clube para os moradores de bairros vizinhos, em sua maioria carentes, tem buscado a realização de projetos ligados a mobilidade do pedestre e direito à cidade, bem como a organização de feiras de gastronomia e artesanato. O SENAC, similarmente tem realizado feiras de economia criativa, cursos relacionados a área do turismo e da economia criativa. Ademais, oferece o Ensino Médio com o nível Técnico em Informática e em Multimídia, muito afinados com a candidatura em Artes Midiáticas.

Essa combinação entre Sistema S e sociedade civil criativa têm rendido bons frutos. O curso de Produção Cultural oferecido pelo SENAC, por exemplo, há dois anos gerou profissionais e fortaleceu coletivos como o FMC e o Fuzuê. O FMC tem uma casa coletiva, marca de tabaco e piteira orgânica, mídia própria e ações de intercâmbio periférico, luta antirracista, ações ligadas a PCDs e cursinho popular. O Fuzuê realizou alguns dos principais eventos de Bauru nos últimos anos, focados em diversidade, com recursos provenientes de editais municipais e estaduais de cultura, além de apoio do SESC e da Prefeitura.

Em 2022, a Secretaria de Cultura teve suplementação de R\$ 2 milhões acima da verba prevista no orçamento, chegando a R\$ 16 milhões, o que demonstra uma disposição para o fortalecimento do setor. Concernente ao edital municipal de cultura e o PEC – Programa de Estímulo à Cultura, vale ressaltar a atuação contínua do Conselho Municipal de Cultura, que tem gerado resultados. O PEC em 2022 foi o dobro do ano anterior e chegou a R\$ 450 mil. Agora a busca é se aproximar dos 0,2% do orçamento anual previstos em lei, caso ocorra, o PEC poderá alcançar cerca de R\$ 3 milhões já em 2023.

Existe um panorama importante no aumento das verbas municipais, estaduais e federais de cultura e economia criativa. O carnaval da cidade voltou a ter aporte similar ao período que antecede a pandemia. A Semana do Hip Hop é garantida por Lei Municipal e obteve emenda parlamentar.

No campo dos editais estaduais, vale destacar que Bauru é um município constantemente premiado no ProAC, nesse sentido, há diversos projetos viabilizados, se mostrando uma cidade atuante e com uma atuação bem profissional. O FACE e os festivais do Fuzuê, por exemplo, tiveram aporte via ProAC.

Em 2023, os recursos irão se multiplicar com as Leis Aldir Blanc e Paulo Gustavo, esta segunda lei é bastante focada em Audiovisual com orçamento previsto para Bauru de R\$ 2.050.000 em ações de audiovisual e mais 850 mil para apoio aos demais setores da cultura.

A Sedecon – Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Renda apoia feiras criativas semanais na cidade, criou o INOVA Bauru – edifício dedicado a espaços de colaboração e inovação, tem investido em mapeamentos e estruturação liderando o turismo regional, inclusive um estudo dedicado a Cidades Inteligentes.

No projeto Bauru Cidade Criativa, esta secretaria encampou o lançamento no Gera Bauru e está participando das conversas para ampliar as atividades no espaço público, acesso gratuito à internet e mais estímulo ao ambiente de capacitação e empreendedorismo ligado às Artes Midiáticas em todos os seus campos.

Em Bauru existem profissionais aptos e preparados para acessar as verbas de cultura, empreendedorismo, inovação e pesquisa. Na área da cultura, há lacunas que podem ser superadas para nivelar o conhecimento e estimular a colaboração. Muitos dos coletivos não estão formalizados, utilizam MEI de integrantes ou CNPJ de produtoras como a SAC – Sociedade dos Amigos da Arte, que presta esse serviço aos grupos e coletivos do município.

O potencial transformador da ação comunitária e coletiva consiste em um dos ativos de grande relevância em Bauru. Boa parte dos eventos são realizados a partir da iniciativa da sociedade civil e apoiados então pelo município com estrutura e incluindo até mesmo a aplicação de verba.

Isto nos leva ao caso do APL de Audiovisual, o primeiro do estado de São Paulo, que surge por meio da iniciativa do Coletivo Plano Conjunto, o mesmo responsável pelo Filma Bauru – festival e plataforma – e pela Cinemateca Digital Bauruense, além de participar ativamente do ICine – Fórum de Cinema do Interior Paulista. Atualmente, o Coletivo responsável pelo APL está finalizando um amplo diagnóstico setorial em parceria com o Sebrae e acaba de ser contemplado em um edital de mapeamento setorial da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo, a segunda etapa de desenvolvimento do APL como cluster produtivo.

Os movimentos comunitários e coletivos na cidade têm gerado impacto profundo e veloz. Isso levou à compreensão de que o processo de enraizamento da **Bauru Cidade Criativa** se faz necessário iniciar pela base, ou seja, a partir da ação voluntária e coletiva da sociedade civil. Ainda que haja necessidade de investimentos e grande vontade de trabalhar em parceria com a prefeitura, foi fundamental traçar um plano que pudesse ser iniciado para além de um grande aumento imediato dos investimentos.

Algumas das ações já realizadas contaram com o apoio estrutural da prefeitura (como nos três eventos de lançamento do projeto). Enquanto a sociedade civil fez investimentos econômicos de serviços e conhecimento e se uniu com instituições do Sistema S e OSC, como na reforma de uma praça no bairro IX de Julho que já decorre do projeto da cidade criativa. Os investimentos virão dessa composição: articulação de conhecimentos entre instituições e sociedade civil; estrutura e financiamento material a partir da prefeitura, do Sistema S e do setor privado.

Além disso, a Programação anual do projeto **Bauru Cidade Criativa** é formada por atividades já realizadas na cidade as quais utilizarão a marca do projeto para se integrarem oficialmente, gerando fortalecimento institucional ao projeto. Cenário o qual se articula aos aportes estruturais, de serviços e conhecimento do mesmo conjunto de atores: Prefeitura, Sistema S e Sociedade Civil, muitas vezes utilizando editais e em alguns casos investimentos privados.

As empresas da cidade também estão sendo mobilizadas e já têm realizado investimentos na área criativa. É o caso da Pascholato Labs que capacita seus funcionários em economia criativa (emprega mais de 16 mil pessoas), o Supermercado

Confiança que patrocina eventos culturais e a Tilibra, empresa criativa que também merece atenção, entre outras.

O projeto **Bauru Cidade Criativa** tem como ponto de partida e ignição o empenho, desejo e a vontade de membros da sociedade civil, inclusive considerando aqueles que atuam dentro do poder público e de instituições diversas. O maior desafio consiste em estreitar a parceria com a Prefeitura e garantir investimentos definidos e anuais para o projeto.

A cidade tem ativos e diferenciais relevantes em termos humanos, criativos, logísticos e econômicos, o que a posiciona enquanto uma cidade com potencial de ser incluída na Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Isso somado ao campo criativo escolhido: Artes Midiáticas, setor sub-representado na Rede da UNESCO.

Em suma, tal setor foi selecionado devido a relevante cadeia de conhecimento, educação e tecnologia da cidade. Aí incluídos APL Audiovisual, as empresas de audiovisual, design, jogos, software e TI, três parques tecnológicos em processo de formalização (Prefeitura, FIB e Unesp), três fab labs da Unesp, CTIeB (entidade de inovação que integra as universidades) e ainda o processo de reconhecimento da cidade como APL de TI.

4. AGENDA ESTRATÉGICA

4.1 Planejamento estratégico

O planejamento estratégico foi definido a partir da consulta a pessoas de Bauru, atuantes em diversos campos criativos ou correlatos, que se envolveram com o processo da **Bauru Cidade Criativa**.

Antes de aprofundar o planejamento estratégico, que abrange todo o projeto, se faz necessário contextualizar o cenário do APL Audiovisual, ativo fundamental para a construção, consolidação e impulsionamento do projeto. Já que se estabelece como um cluster reconhecido pelo Governo do Estado apto a acessar editais de fomento, mecanismos de estruturação e de articulação específicos, que têm potencial de compor a sustentação para o envolvimento de toda a cadeia criativa do município de Bauru.

❖ Mecanismos de apoio

Agora serão apresentadas alternativas que podem impulsionar o desenvolvimento e que envolvem ações de responsabilidade do poder público e do poder privado. As ações passam por três âmbitos: formação, produção e distribuição.

O apoio do poder público municipal pode ocorrer de formas distintas. Aqui serão apontadas ações práticas que estimulam as artes midiáticas, o setor audiovisual e a economia criativa como um todo.

O primeiro ponto considerado central deste apoio diz respeito ao acesso facilitado dos produtores às Secretarias de Cultura, Educação e Desenvolvimento Econômico. Para haver uma articulação eficiente, se faz necessário que as instâncias públicas estejam abertas para o diálogo com os setores econômicos. Indicando dessa maneira, sua importância e as vantagens (econômicas, culturais e educativas) de investimento no mesmo. Ao reconhecer a existência e o potencial das artes midiáticas enquanto setor econômico e cultural, o poder público municipal colabora para que outros setores também o façam.

Uma alternativa prática que se apresenta viável e de baixo custo se refere a implantação de um espaço no site do município com projetos audiovisuais, de mídias, design e tecnologia contemplados por editais baseados em incentivos fiscais (como Lei Rouanet e ProAC ICMS) para os quais as empresas ou pessoas físicas podem direcionar porcentagem de seus impostos. Podem ser projetos contemplados por editais de diversas naturezas e valores. Esta ação dá a chancela do poder público municipal ao projeto, cria um vínculo entre os produtores em busca de recursos e os empresários e ainda fortalece a confiança destes nos projetos em questão.

A realização de circuitos de conversa entre os produtores e os empresários em que poderão ser apresentados os projetos também é outra forma de o poder municipal colaborar com o setor. Uma ação relevante é o apoio do município para a realização de negócios entre as empresas produtoras de audiovisual de Bauru entre si ou com as produtoras de outras regiões. Podendo realizar rodadas de negócio no município e/ou incentivar financeiramente a participação de empresas bauruenses em eventos em outras localidades.

Para estimular a distribuição, o município pode colaborar com a permissão de ações de exibição em bibliotecas ramais e outros espaços públicos, incluindo a liberação de equipamentos e técnicos, como estrutura de som e caminhão palco.

O direcionamento de um ônibus, que saia de um ponto central para locais periféricos da cidade em dias de eventos de exibição e formação desenvolvidos pelo setor audiovisual, configura-se como outra estratégia de apoio que amplia e descentraliza o acesso aos conteúdos e as ações desenvolvidas pelo setor. O suporte das secretarias também amplifica o potencial de parcerias com empresas de cultura e entretenimento em Bauru para dar continuidade a esse projeto.

O orçamento disponibilizado atualmente pelo Programa Municipal de Estímulo à Cultura de Bauru não estimula o desenvolvimento do setor audiovisual como tem potencial para fazer. Propõe-se que a lei tenha como ponto base uma porcentagem do orçamento sem limitações de valores específicos, que impedem sua utilização dependendo da situação econômica corrente no momento do edital.

Diversos municípios já utilizam o referido método, sendo assim, propõe-se que o valor destinado ao programa seja de no mínimo 5% do orçamento total da Secretaria Municipal de Cultura através de programa orçamentário específico. E para cada projeto, sugere-se que o valor máximo de um projeto poderá ser de até 10% do custo total do PEC para proponentes de pessoas jurídicas e até 4% para pessoas físicas.

Uma atualização que incentiva este desenvolvimento é a viabilização para que as empresas com fins lucrativos participem dos editais. Tendo em vista os argumentos apresentados no decorrer deste documento, a formalização do setor é essencial no processo de constituição de um arranjo produtivo e da evolução econômica deste agrupamento. Com a ampliação da formalização das empresas, o município tem o potencial fiscal de retorno e a possibilidade de ampliação das ações dessas empresas para além dos projetos contemplados pelo edital.

Para a cultura, a Lei nº 8.313, Lei Federal de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet, permite que pessoas físicas e jurídicas destinem parte dos recursos que seriam direcionados para o pagamento do Imposto de Renda ao financiamento de obras artísticas. Pessoas jurídicas tributada no lucro real tem a dedução prevista de até 4% do

imposto de renda devido. Para físicas que fazem a declaração no modelo completo, é de até 6%.

Há duas formas de financiar um projeto: por meio de doação ou de patrocínio. A doação é um repasse sem retorno de imagem para o incentivador. É um apoio que resulta apenas da decisão de aplicar parcela do imposto de renda devido em um projeto cultural para o qual a pessoa ou empresa queira contribuir.

Já o patrocínio é um repasse com retorno de imagem. Além de viabilizar a realização de um projeto, o patrocinador se beneficia de estratégias de comunicação, assinando o patrocínio com sua marca e inserindo sua imagem associada ao projeto selecionado. O audiovisual está na faixa de renúncia que é enquadrada no Art. 18 da Lei nº 8.313/91, que permite a restituição de 100% do valor financiado dentro do limite de 6% ou 4% do imposto devido. Nesta categoria estão contempladas a “Produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual”.

Os resultados desta lei mostram o potencial econômico dos investimentos em cultura. Segundo uma pesquisa desenvolvida pela FGV, a cada R\$1 investido, retornaram R\$1,59 para os cofres públicos, incluindo todas as movimentações financeiras relacionadas aos projetos culturais. O mesmo estudo apontou que em 27 anos da lei o audiovisual teve um impacto de R\$5 bilhões na economia brasileira.

Grande parte das pessoas físicas e jurídicas, por desconhecimento ou baixo acesso aos projetos, não utilizam esse dispositivo previsto em lei. A prefeitura, com seu poder articulador, tem potencial de ajudar a publicizar os projetos bauruenses para pessoas físicas e jurídicas do município interessadas em abater parte do seu imposto de renda com investimento em cultura.

Além disso, tendo em vista as vantagens econômicas e sociais, apresenta-se assim, a oportunidade de Bauru desenvolver um projeto de incentivo fiscal que estimule a produção audiovisual por meio de lei que indique o direcionamento de uma pequena porcentagem de impostos de natureza municipal, como ISS e IPTU, para o desenvolvimento de um setor cultural e econômico em ascensão e que se estimulado, pode trazer retornos benéficos ao município.

❖ Educação

A educação tem papel central na sociedade e observa-se o potencial de colaboração deste setor com o audiovisual local. Propõe-se a abertura de um diálogo entre a Secretaria de Educação de Bauru com os produtores de audiovisual da cidade.

Dentre as possibilidades de ação têm-se: a) a contratação e disponibilização de conteúdos de produtores bauruenses para serem utilizados como material de apoio didático em sala de aula; b) a contratação de produtores para execução de projetos audiovisuais que deem apoio ao processo de aprendizagem (com projetos de documentários, aulas a distâncias, entre outros); c) palestras e ações de formação para os alunos de ensino médio e fundamental de técnicas de desenvolvimento de produtos audiovisuais; d) oficinas de desenvolvimentos de documentários que podem ser alocados como atividades práticas que façam parte de planos didáticos de disciplinas do currículo obrigatório, como Biologia, História, Língua Portuguesa, entre outras.

Para além do currículo obrigatório, a produção audiovisual aparece como uma ferramenta que tem a capacidade de contribuir para a formação de cidadãos, por meio do acesso de alunos a expressões culturais diversas de sua região e da instrumentalização dos jovens para construir a própria identidade e narrativa na linguagem audiovisual e midiática.

Acredita-se, deste modo, que o potencial desta relação é ainda maior, o diálogo com os professores permitirá a identificação de demandas que possam ser solucionadas por meio dessa parceria.

❖ Desenvolvimento dos clusters

Houve um crescimento da produção e da demanda por conteúdos audiovisuais e midiáticos nos últimos anos. Dentre as principais fraquezas identificadas têm-se: a necessidade de maior profissionalização das empresas; a dependência de capital público para produção de conteúdo; e a ausência de economia de escala mundial que permita aumentar a lucratividade dos produtos.

Para fomentar o setor em Bauru se faz necessário iniciar um ciclo virtuoso de investimentos que não gere um processo de codependência dos recursos públicos, mas que profissionalize o setor e o capacite para captar outras fontes de investimento, consolidando dessa maneira a sustentabilidade financeira. Para pensar o caminho deste ciclo é válido compreender o estágio evolutivo do setor, e como parte desse processo, destaca-se a formação de um cluster de audiovisual.

O cluster consistem em um aglomerado econômico de determinado setor produtivo, localizado geograficamente, compartilhando custos e benefícios. O ciclo de vida de um cluster é mais do que uma representação do ciclo de vida da indústria que ele representa. Esta visão destaca que a dinâmica de um cluster só pode ser analisada considerando sua observação ao longo do tempo, como uma sequência de como se originam, desenvolvem e declinam.

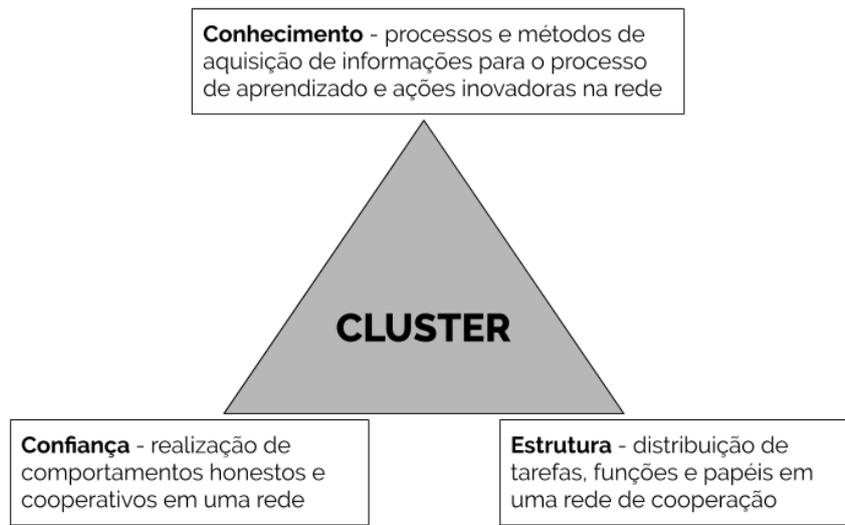
Dentro dessa abordagem, Romeiro e Nunes (2013) estabelecem uma distinção conceitual entre dois tipos de clusters, os orgânicos e os organizados. Na perspectiva dos autores a literatura se dedica majoritariamente à observação da forma como os clusters emergem, se desenvolvem e entram em declínio (clusters orgânicos), contudo, há uma lacuna em estudos que observam aqueles que surgem a partir de iniciativas para deliberadamente motivar dinâmicas de clusterização. Knop e Olko (2011) focam na observação destes clusters organizados, baseados em uma dimensão evolutiva em cinco estágios: (1) identificação, (2) iniciativa, (3) desenvolvimento inovador, (4) maturidade, e (5) transformação.

Romeiro e Nunes (2013) avaliam que o principal contributo deste modelo é a abordagem dos clusters como um processo de desenvolvimento não linear, em uma evolução cíclica que rejeita o automatismo de uma sucessão de fases, prevendo a existência de múltiplos cenários alternativos permeados por crises.

Knop e Olko (2011) definem um Modelo do Processo de Organização do Cluster com base em três mecanismos de racionalização da administração de um cluster, a saber: administração do conhecimento (*knowledge management* – K), coordenação da estrutura (*structure* – S), e confiança (*trust* – T). A abordagem do modelo KST está baseada na busca pela harmonia desses elementos em todos os estágios do ciclo de vida

dos clusters. “O enfraquecimento dessa harmonia causa crises cuja razão é – de acordo com a abordagem cognitiva – a falta de diferentes elementos de conhecimento: sobre o escopo da cooperação, confiança, estrutura, capital social” (KNOP; OLKO, 2011, p.358).

Figura 4: Modelo CEC (Conhecimento, Estrutura e Confiança) – três mecanismos do desenvolvimento de um cluster

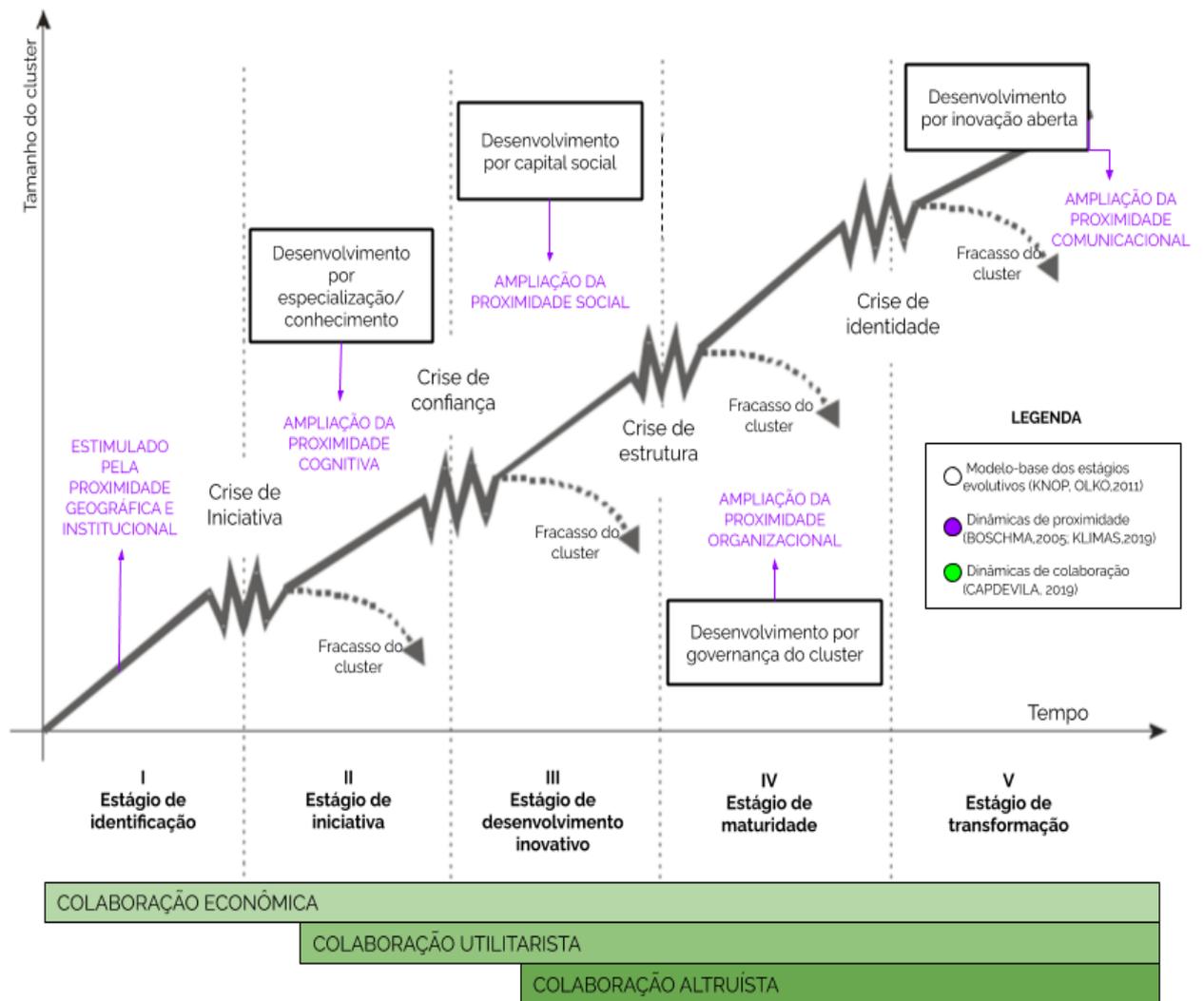


Fonte: KNOP; OLKO, 2011, p.358.

Os autores elaboraram um modelo com dois eixos dimensionais do tempo e tamanho do cluster. Em se tratando do tamanho, os autores consideram não apenas o número de sujeitos em relação ao setor em questão, como também o crescimento de níveis de competição, inovação, capital social e confiança.

Os cinco estágios descritos partem de um processo evolutivo por meio de crises de transição, que podem levar à falha do cluster ou da etapa posterior por meio de diferentes dimensões de desenvolvimento: por conhecimento ou especialização, capital social, governança e inovação aberta.

Figura 5: Estágios evolutivos dos clusters



Fonte: Zambon, 2020.

O primeiro estágio desse processo, o de identificação (*identification stage*), ocorre quando os atores de determinado setor identificam parceiros para potencial cooperação, as atividades realizadas, as redes de conexão, os sistemas operacionais, assim como um planejamento inicial das possíveis condições de cooperação mútua.

Esse primeiro passo para a formação de um cluster é dado tanto pela proximidade geográfica, visto que “é mais provável que as organizações estabeleçam vínculos com outras organizações localizadas no mesmo cluster ou geograficamente próximas umas das outras” (LAZZERETTI; CAPONE, 2016, p.3) quanto pela proximidade institucional em que “as organizações são mais propensas a interagir quando possuem a mesma forma institucional” (LAZZERETTI; CAPONE, 2016, p.4).

❖ **Nível de maturidade do APL**

As ações da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado (SDE), no que tange ao Programa de Fomento dos APLs Paulista, estão divididas em três fases: processo de reconhecimento e cadastramento, identificação dos níveis de maturidade e editais e projetos de fomento e fortalecimento. Em Bauru, a consolidação do Plano Conjunto – Coletivo de Produtores Audiovisuais, do qual os realizadores da Cinemateca Digital Bauruense fazem parte, contribuiu para superar essa crise de iniciativa.

O processo de reconhecimento consiste na abertura de edital para o qual os APLs interessados em serem reconhecidos pelo Governo do Estado (ou cadastrados, para o caso dos arranjos que pretendem seguir no programa). Neste processo, é necessário que os APLs preencham um formulário e enviem documentos comprobatórios para fins de análise. Uma vez reconhecidos/recadastrados, o Programa de APLs os classifica por nível de maturidade.

Esta prática permite que políticas apropriadas sejam direcionadas a cada arranjo, de acordo com o estágio de desenvolvimento (Aglomerado, Em Desenvolvimento, Consolidado e Maduro). Somente após o reconhecimento, os APLs podem concorrer aos editais de fomento e projetos de desenvolvimento organizacional da SDE.

Estes editais, por sua vez, são formulados de maneira específica para cada nível de maturidade. Para ser reconhecido, o APL deve estar em fase de desenvolvimento, o que significa estar com o processo de governança em fase de organização, o início da ligação inter-empresas, a existência de uma entidade gestora e a elaboração de um plano de desenvolvimento. O APL Audiovisual de Bauru foi reconhecido por se encontrar nessa etapa de desenvolvimento.

Visão de futuro

O futuro é ancestral. Retomar os diversos povos e perspectivas, trazer à tona histórias que foram esquecidas, valorizar todos que habitam e que habitaram o território ao longo de sua história.

Objetivos estratégicos

1) Reconhecer o ambiente como riqueza

Há na cidade diversas pessoas atuantes, iniciativas, ativos e estruturas, falta reconhecê-los e integrá-los. Além disso, se mostra necessário equipar as estruturas, com internet 5G, por exemplo.

2) Semear o encontro e o convívio

Promover momentos e espaços em que as pessoas estejam reunidas consiste em uma estratégia potente e essencial para a Cidade Criativa.

3) Cultivar e potencializar a semelhança

Estimular que as pessoas do centro e periferia, povos indígenas, de instituições, do ambiente da inovação, notem a proximidade no que buscam construir e com isso possam gerar sinergias, ou seja, potencializar a semelhança.

Objetivos específicos

A diversidade e a sustentabilidade são valores e objetivos transversais a todas as ações. Por isso, serão realizadas de maneira a visualizar o território como uma rede distribuída de educação, espaços e setores criativos. As ações visam crianças do ensino fundamental I ao nível médio, jovens e adultos de diversos territórios e moradores do centro e bairros da cidade.

Educação

- ❖ Levar a economia criativa às crianças e aos jovens do município;
- ❖ Incentivar preceitos de sustentabilidade às crianças e aos jovens do município;
- ❖ Transmitir a história das técnicas e tecnologias para crianças e jovens do município;
- ❖ Proporcionar o conhecimento técnico e conceitual acerca das técnicas e tecnologias às crianças e aos jovens do município.

Indicadores: número de crianças participantes das ações; participação de parceiros institucionais; rede de educadores voluntários; produção de material pedagógico.

Espaços

- ❖ Ativar espaços públicos com a atuação parceira da sociedade civil e de instituições do município;
- ❖ Realizar eventos semanais em espaços públicos, parcerizando com eventos e projetos realizados, assim como a geração de novos eventos;
- ❖ Levar ações de educação ambiental, criativa e relacionada com a arquitetura e o uso do espaço público.

Indicadores: quantidade de eventos realizados; rede de parceiros mobilizada; rede voluntária atuante; quantidade de espaços revitalizados com ações; abrangência das ações realizadas (bairros, regiões e comunidades).

Setores Criativos

- ❖ Executar ações de capacitação para a elaboração, gestão e prestação de contas de projetos;
- ❖ Realizar encontros dedicados a elaboração de projetos e ao mapeamento de editais e fontes de financiamento;
- ❖ Apoiar a formalização de pessoas, coletivos e iniciativas criativas;
- ❖ Formar a Federação de Coletivos e Iniciativas Criativas.

Indicadores: ações de capacitação realizadas; encontros realizados; projetos elaborados; projetos premiados na cidade; formalização de atores criativos.

4.2 Planejamento tático

a) Eixos estratégicos

❖ Pluralidade e juventude

Bauru tem como característica a diversidade, especialmente em se tratando da juventude universitária e periférica, apesar de ser uma cidade multicultural, se mostra ainda bastante fechada. Além disso, falta oferta de cultura e lazer e a necessidade de melhoria na mobilidade urbana;

❖ Ponto de encontro

A cidade é um ponto de encontro, não apenas de passagem, falta ativar os espaços (geografia do encontro) e gerar programações para aproveitar esse potencial. Vale destacar até mesmo os espaços institucionais, o SEST SENAT, por exemplo, passou a abrir o clube para as pessoas dos bairros do entorno, independentemente de serem da cadeia do transporte;

❖ Potencializar ativos

As OSCs e suas atividades em contraturno escolar, os eventos diversos que têm mais de uma década como a Festa Literária (20 anos), a excelência no ensino da FATEC/Etec, SENAI, SENAC, UNESP e FIB;

❖ Espaços públicos

Ativar, reocupar, reformar e utilizar os espaços públicos, há muitas atividades que precisam ser direcionadas para a área pública. São cerca de 30 praças, além de parques e matas ciliares que poderiam constituir-se como áreas de lazer, tornando o espaço público mais vivo.

b) Diretrizes

- ❖ Integração da economia criativa como geradora de bem-estar, consiste em um instrumento fundamental para modificar a realidade social;
- ❖ É preciso aplicar o conhecimento e os projetos da universidade para modificar a cidade a partir do coletivo;
- ❖ Os ativos ambientais carecem de conscientização e ativação, como a maior reserva de cerrado do estado de São Paulo, o Bosque da Cidade, o Parque Vitória Régia, o Jardim Botânico e muitos rios, o Plano Diretor prevê parques lineares e ampliação/uso das matas ciliares;
- ❖ É um MIT – Município de Interesse Turístico com vocação para negócios (60%), universidades e tratamentos médicos. O turismo ambiental e cultural pode ser

aproveitado, com o carnaval, maior evento turístico, as praças, os parques e a programação cultural;

- ❖ Os bairros periféricos têm cultura, empreendedorismo e ação comunitária realizada pelos moradores e por OSC, existe uma oportunidade de reconhecimento e potencialização. Tem surgido iniciativas como a Feira Nosso Talento Tem Cor, apoio do CRAS IX de Julho. As Batalhas de Rima ocorrem diariamente e abrangem todas as regiões do município, destacam-se a Semana do Hip Hop garantida por Lei Municipal e a Casa do Hip Hop;
- ❖ Os bairros mais afastados têm uma relação importante com a terra e o meio ambiente, atuações em territórios como o Manchester, realizadas voluntariamente e com mutirões, geraram reformas estruturais, plantio e cultivo, em menos de um ano houve a primeira colheita comercial. Atuações como essa relacionam-se ainda com iniciativas como SCA Demétria (Botucatu/Bauru) e o Instituto Pachamama.

c) Linhas de ação

- ❖ Referente às linhas de ação têm-se: educação, colaboração e espaço público. A **Bauru Cidade Criativa** visa se tornar o marco de uma era dedicada a uma rede distribuída, colaborativa, coletiva e comunitária, que compreende a produção criativa em caráter social, emancipador, econômico e ecológico;
- ❖ A **educação** une economia criativa, sustentabilidade e capacitação como base para uma cidadania mais consciente e envolvida com o meio ambiente e o território. Enfoca crianças e adolescentes, gerando uma nova cultura em torno da sustentabilidade e da economia criativa. Haverá linha de ação dedicada aos atores criativos para nivelar o conhecimento e principalmente gerando encontros, troca de informação e conhecimento, colaboração e coletividade;
- ❖ A ampliação da atuação nos **espaços públicos**. A retomada e qualificação dos espaços públicos como local nativo da potencialização da economia criativa e da cidade que se pretende ser mais criativa. Isto dissemina conceitos variados de

cidadania, diversidade e acesso. Além disso, ultrapassa barreiras e crivos institucionais, permitindo a pessoas de todas as idades, origens e graus de instrução formal que se encontrem, convivam e construam um ambiente mais propenso ao turismo e à qualidade de vida;

- ❖ A colaboração é um eixo transversal e fundamental. O projeto **Bauru Cidade Criativa** já conta com uma rede de mais de 30 voluntários engajados e atuantes, tendo realizado a construção do Centro Cultural da Aldeia Tereguá, o lançamento do projeto no Pq. Vitória Régia com projeção mapeada inédita e a reforma da praça Itália Giovanetti Franciscato, a qual antes era apenas um espaço público vazio no bairro IX de Julho.

4.3 Plano de ações

O plano de ações dará início por meio da abordagem descritiva de 3 **(três) projetos prioritários**, os quais abrangem: Agenda 2030, Artes Midiáticas, Educação, Capacitação e Ativação dos Espaços.

E-CAM – Educação Criativa, Ambiental e Midiática

É essencial e fundante na construção da cidade criativa. Um projeto em contraturno escolar, em parceria com OSCs, que antena os estudantes na historicidade e aplicação prática das técnicas e tecnologias alicerçado ao conteúdo sobre meio ambiente e agricultura sintrópica.

Conecta assim estudantes, educadores e instituições na importância do envolvimento com o território, mais ainda diante do voraz avanço tecnológico. O projeto de meio ambiente já foi aplicado em toda a rede de ensino pública das vizinhas Arealva (8 mil hab.) e São Manuel (40 mil hab.).

O conteúdo sobre técnica e tecnologia será histórico, teórico e prático, tem construção pedagógica e aplicação com SENAC, SENAI e Unesp, centros de excelência que também fornecerão sua estrutura para sediar aulas e matérias que exigem computadores, ferramentas e materiais específicos.

Programa ESC – Empoderamento da Sociedade Civil

Promove um literal escape das dinâmicas isoladas que regem as relações entre os atores da economia criativa. Gera encontros, agenda de cursos e formalização de coletivos e iniciativas criativas dando-lhes mais autonomia e estrutura.

Os encontros têm como foco a elaboração conjunta de projetos, trocas de boas práticas e estudos de fontes de financiamento. Encontros assim já ocorreram por ocasião da Lei Aldir Blanc e do Edital Municipal de Cultura, gerando amplo resultado de integração e profissionalização.

Em se tratando dos cursos, serão transmitidos conhecimentos fundamentais para a colaboração, por exemplo, uso das ferramentas do Google Drive e Google Docs, e conteúdos de visão estrutural, como os entes sociais e os setores da economia (governo, empresas e terceiro setor). São conhecimentos básicos que precisam ser nivelados. O Programa, com resultados práticos imediatos, tem visão de médio e longo prazo na dinamização das práticas e integração dos atores.

Projeto RUA – Reocupar Utilizar Ativar

Visa tornar esses espaços e eventos mais habitados e habitáveis. Por consequência, fazer o mesmo com o espaço público. Bauru tem muitas praças e espaços para serem utilizados, assim como assim eventos que já ocorrem de forma isolada nos bairros e até no centro, como Folias de Reis, Catira, Capoeira, ou mesmo rodas de samba, encontros de poesia, saraus e apresentações de teatro. Será uma ação semanal realizando mutirões com a rede de voluntários da Bauru Cidade Criativa.

O projeto já foi iniciado, entregando uma nova praça no bairro IX de Julho com produção de mural, oficina de grafite, decoração da praça com oficina de mandalas, batalha de rima e conteúdo educativo de hip hop, oficina sobre produção cultural e meio ambiente, plantio de mudas e implantação de mobiliário urbano.

A cada ação o conteúdo pode variar de acordo com as OSCs parceiras e as características do espaço e/ou evento que recebe. Da mesma maneira, as aulas de instituições de ensino serão conteúdo de ações, retirando-as da sala de aula e ampliando a diversidade e quantidade de ouvintes. Com vistas a colocar a criatividade na rua e reocupar, utilizar

e ativar os espaços de convívio. Isto cria uma rede distribuída de alegria, conhecimento e relacionamento com potencial transformador.

Quadro 11: E-CAM – Educação Criativa, Ambiental e Midiática

Título	E-CAM – Educação Criativa, Ambiental e Midiática	
Descritivo geral da ideia	As ferramentas e softwares são um apanhado de conhecimento ancestral e coletivo embarcado. É importante conhecer a história das técnicas e tecnologias. Formação em criatividade, meio ambiente e mídias desde o ensino fundamental até o médio oferecido em contraturno escolar em parcerias com OSCs junto ao SENAC, SENAI e Unesp, exímios em artes, comunicação, mídias, tecnologia e educação profissional. Irá partir do meio ambiente e técnicas antigas até chegar à linguagem da programação, softwares e tendências de ponta. O projeto de Educação Ambiental já foi aplicado em Arealva e São Manuel, municípios vizinhos de menor porte.	
Resultados esperados	Aprofundar a interlocução de estudantes da rede pública com o meio ambiente e o território, gerar neles reflexão crítica em relação a tecnologia, formar cidadãos criativos com autonomia e capacidade de incidir acerca do processo tecnológico e de construção de um mundo sustentável.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Instituto Noosfera	Educação ambiental	Flavia Toqueti
Unesp	Educação de técnicas, design, mídias e tecnologia	Dorival Rossi e Jorge Otávio Zugliani “Jozz”
Coletivo Plano Conjunto	Educação audiovisual	Ana Heloíza Pezzotto e Liene Saddi
SENAI	Estrutura e consultoria pedagógica	Ademir Redondo
SENAC	Estrutura e consultoria pedagógica	Paula Sabbatassini
Secretaria de Educação	Suporte operacional e pedagógico	Nilson Ghirardello
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 600.000,00	Secretaria de Educação, SENAC, SENAI e Unesp	Desenvolv. – Mar a Jun/2023 Piloto – Ago a Dez/2023 (2024-2026 – aplicação contínua)
ODS Relacionados	4- Educação de Qualidade; 5- Igualdade de Gênero; 8- Emprego Digno e Crescimento Econômico; 9- Indústria, Inovação e Infraestrutura; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 12: Programa ESC – Empoderamento da Sociedade Civil

Título	Programa ESC – Empoderamento da Sociedade Civil	
Descritivo geral da ideia	Programação anual de cursos formativos em produção cultural, como uso de ferramentas tecnológicas, elaboração de projetos, gestão e captação de recursos. Agenda de encontros para realizar colaboração em projetos, com elaboração, prestação de contas, levantamento de fontes de financiamento, propostas para investidores, entre outros. Balcão de formalização de coletivos, iniciativas e profissionais criativos com suporte jurídico, administrativo e contábil.	
Resultados esperados	Ampliar a capacidade de realização e renovação do ecossistema criativo, fortalecer a sociedade civil – especialmente a juventude e iniciativas periféricas –, para gerar maior diversidade e participação, estimular o surgimento de novos atores criativos, gerar diálogo e articulação local e regional.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Coordenação geral das agendas e conteúdos	Kahena Bizzotto
Cria Bauru	Relações institucionais	Josué Kenji
Instituto Noosfera	Suporte jurídico, contábil e administrativo, apoio na formalização de atores criativos.	Miriam Curtinove
Unesp	Suporte pedagógico e de estrutura	Dorival Rossi
SENAC	Suporte pedagógico	Paula Sabattassini
SEBRAE	Suporte pedagógico	Clemilton Bassetto
Conselho Municipal de Cultura	Articulação de espaços e comunidade	Talita Neves
Secretaria de Cultura	Suporte de estrutura e materiais	Gilson Aude
Sedecon – Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Renda	Articulação de parcerias, suporte de estrutura e materiais	Gislaine Magrini
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 90.200,00	Secretaria de Cultura, Sedecon, SENAC e SEBRAE	Encontros – Jan a Dez/2023 Cursos – Fev a Dez/2023 Balcão de Formalização – Mar a Nov/2023
ODS Relacionados	5- Igualdade de Gênero; 8- Emprego Digno e Crescimento Econômico; 9- Indústria, Inovação e Infraestrutura; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 13: Projeto RUA – Reocupar Utilizar Ativar

Título	Projeto RUA – Reocupar Utilizar Ativar	
Descritivo geral da ideia	Ocorrerá em parceria com eventos que já se realizam ou a partir de iniciativa do projeto. Será uma ação semanal em local público realizando mutirões com a rede de voluntários da Bauru Cidade Criativa. Tal projeto foi iniciado, entregando nova praça em bairro periférico com grafite, decoração, hip hop, oficinas de produção cultural e de meio ambiente, plantio de mudas e implantação de mobiliário urbano. O conteúdo pode variar de acordo com as OSCs parceiras, características do espaço e/ou evento que recebe.	
Resultados esperados	Gerar eventos semanais nos espaços públicos de Bauru, transformar espaços urbanos, disseminar conhecimentos ambientais e de economia criativa, levar mais pessoas a conhecerem o projeto para ampliar a participação, o engajamento e a rede de voluntários.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Coordenação geral das atividades	Matheus Anastácio
Liga da O14	Articulação local e recrutamento de atrações locais	Vinicius Thomas
SEST SENAT	Suporte de estrutura, materiais e outras necessidades	Eleonor Godoy
Secretaria de Cultura	Suporte de estrutura e material	Gilson Aude
SEBES – Secretaria do Bem Estar Social	Facilitação no contato com comunidades e OSC	Glaucy Amorim
OSC já participantes das ações do projeto: Girassol CEAC, Casa da Esperança, ACAE Alfa e Beta, Wise Life - Wise Madness e Cite Bela Vista - Fundato	Suporte material e divulgação	Diversos
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 218.400,00	SEBES, Secretária de Cultura, SEST SENAT e OSCs parceiras	Jan a Dez/2023 (o projeto já foi iniciado, com ação na Aldeia Tereguá e no bairro IX de Julho)
ODS Relacionados	3- Boa Saúde e Bem-Estar; 4- Educação de Qualidade; 5- Igualdade de Gênero; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 14: Wi-Fi na Praça

Título	Wi-Fi na Praça	
Descritivo geral da ideia	Iniciar a instalação de internet gratuita 5G em pontos de referência da cidade, especialmente em espaços públicos de grande utilização a exemplo do Parque Vitória Régia e espaços turísticos como o Jardim Botânico. Associar a essa facilidade o estímulo à presença de instituições e da população nesses locais. Ex.: Aulas abertas de arquitetura, design, mídias, tecnologia e meio ambiente nesses espaços.	
Resultados esperados	Aumentar a vivacidade e frequência dos espaços públicos, disseminar conhecimentos e promover o projeto Bauru Cidade Criativa como um marco cidadão no município.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Acompanhamento das atividades	Matheus Anastácio
Secretaria de Cultura	Suporte de estrutura e material	Gilson Aude
SEBES – Secretaria do Bem Estar Social	Facilitação no contato com comunidades e OSC	Glauco Amorim
Sedecon	Suporte material e divulgação	Gislaine Magrini
Secretaria de Educação	Suporte material e divulgação	Nilson Ghirardello
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 380.000,00	Sedecon e Secretaria de Educação	Mar/2023 (caráter contínuo)
ODS Relacionados	3- Boa Saúde e Bem-Estar; 4- Educação de Qualidade; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 15: Rede Criativa Distribuída – Espaços e Mobilidade

Título	Rede Criativa Distribuída – Espaços e Mobilidade	
Descritivo geral da ideia	Eleger locais da cidade como espaços de conhecimento e criatividade. Gerar acesso via transporte e programação com a rede de voluntários da Cidade Criativa, instituições parceiras e profissionais criativos. Para o projeto funcionar se faz necessário criar uma linha circular que conecte os espaços criativos da Rede Criativa Distribuída.	
Resultados esperados	Aumentar a circulação em estruturas nobres da cidade, ampliar o uso de estruturas já disponíveis, gerar convívio e intercâmbio entre diferentes setores criativos e sociais.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Coordenação geral das atividades	Lucas Melo
SEST SENAT	Suporte de estrutura, materiais e outras necessidades	Eleonor Godoy
FAAC-Unesp	Supervisão	Dorival Rossi
Emdurb	Suporte estrutural	Gilson Aude
CODEPAC	Parceria estratégica	Olga Coito
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 560.000,00	Secretária de Cultura, Emdurb	A partir de Mar/2023
ODS Relacionados	3- Boa Saúde e Bem-Estar; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 16: Ônibus Midiático – Bauru Cidade Criativa

Título	Ônibus Midiático: Bauru Cidade Criativa	
Descritivo geral da ideia	Dois ônibus com internet gratuita, assentos comuns e espaços de trabalho para ligação entre espaços da Rede Criativa Distribuídas e utilização nas ações do projeto Bauru Cidade Criativa. Serão utilizados também para conectar no dia a dia os espaços criativos e principais pontos de convivência da cidade.	
Resultados esperados	Gerar maior autonomia da sociedade civil na mobilidade e acesso às estruturas, assim como para a realização de projetos.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Coordenação geral das atividades	Matheus Anastácio
Instituto Noosfera	Gestão legal dos equipamentos	Miriam Curtinove
SEST SENAT	Suporte de estrutura, materiais e articulação.	Eleonor Godoy
Emdurb	Suporte estrutural	Gilson Aude
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 460.00,00	SEST SENAT e empresas parceiras	Abr/2023
ODS Relacionados	3- Boa Saúde e Bem-Estar; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 17: Inventário Criativo de Bauru

Título	Inventário Criativo de Bauru	
Descritivo geral da ideia	Registro audiovisual dos atores, projetos e iniciativas criativas dos diversos segmentos levantados pela consultoria, do artesanato à literatura, ao hip hop, aos coletivos, ao teatro, à gastronomia. Constituir assim a gama de ofertas culturais e criativas do município.	
Resultados esperados	Promover os ativos criativos da cidade, inclusive tendo em vista a atração turística e formação de parcerias.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Articulação com iniciativas criativas multissetores	Matheus Anastácio
Coletivo Plano Conjunto	Mobilização e coordenação de produtores parceiros	Liene Saddi
Sedecon	Suporte material e estratégico	Marina Leite
Secretaria de Cultura	Suporte material	Gilson Aude
Entidades e projetos diversos	Participação no projeto para serem registrados	Diversos
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
A ser definido	Secretária de Cultura, Sedecon e produtores parceiros	Mai/2023 (caráter contínuo)
ODS Relacionados	10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 18: Dia Mundial da Criatividade

Título	Dia Mundial da Criatividade	
Descritivo geral da ideia	Rede de eventos e colaboração coordenada pelo Cria Bauru, levando a inovação e criatividade às universidades, faculdades, empresas e instituições diversas do município. Junto a isso realizando ações de educação que desmistificam a criatividade, aproximando as atividades criativas de toda a população.	
Resultados esperados	Celebrar com toda a sociedade civil a criatividade como uma atividade inerentemente humana de expressivo valor cidadão.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Coordenação geral das atividades	Matheus Anastácio
Cria Bauru	Organização e realização	Josué Kenji
Sedecon	Suporte material e estratégico	Marina Leite
Secretaria de Cultura	Suporte material e estruturas	Gilson Aude
Sebrae	Suporte material e de conteúdo	Clemilton Bassetto
Paschoalotto Labs	Suporte material e divulgação	Josué Kenji
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 85.000,00	Secretária de Cultura, Sedecon e empresas parceiras	Abril/2023
ODS Relacionados	10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 19: Festival da Cultura e da Paz

Título	Festival da Cultura e da Paz	
Descritivo geral da ideia	Celebra o dia da cultura e da paz instituído por lei municipal de iniciativa popular. Reúne ações educativas e performativas acerca da relação com o tempo e a sociedade produtivistas, visando promover uma cultura de paz através das artes, ciências e espiritualidades.	
Resultados esperados	Celebrar com a sociedade civil os valores que formam a cultura humana, ocupar o espaço público, potencializar a ação cidadã que molda a realidade do seu tempo e de sua cidade.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Instituto Noosfera	Coordenação geral das atividades	Flavia Toqueti
FEB-Unesp	Parceria de conteúdo	Flávia Cabral
Sedecon	Suporte material e estratégico	Marina Leite
Secretaria de Cultura	Suporte material e estruturas	Gilson Aude
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 140.000,00	Secretária de Cultura, Sedecon, Unesp e empresas parceiras	Jul/2023
ODS Relacionados	3- Boa Saúde e Bem-Estar; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 20: Festival Indígena

Título	Festival Indígena	
Descritivo geral da ideia	Com duas edições por ano, em abril e em outubro, irá celebrar a cultura indígena a partir das quatro aldeias pertencentes à TI Araribá. Junto de atividades culturais como apresentações de música e dança, haverá oficinas de artesanato e artes, assim como os Jogos Indígenas, promovendo a cultura do esporte desses povos. Além disso, todo ano serão definidas melhorias e haverá um programa de mutirões para deixar legados contínuos para a estruturação das aldeias.	
Resultados esperados	Colocar a diversidade cultural e os Povos Originários no centro da construção cultural da Cidade Criativa, promovendo melhorias contínuas e encontros de troca e artes.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Instituto Noosfera	Coordenação geral das atividades	Flavia Toqueti
Aldeia Tereguá	Coordenação e articulação	Elizeu Caetano
Sedecon	Suporte material e estratégico	Marina Leite
Secretaria de Cultura	Suporte material e estruturas	Gilson Aude
Secretaria de Educação	Suporte material e pedagógico	Fabio Santos
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 118.000,00	Fontes diversas	Abr/2023 e Out/2023 (o projeto já foi iniciado, com a construção voluntária do Centro Cultural da Aldeia Tereguá)
ODS Relacionados	3- Boa Saúde e Bem-Estar; 10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 21: Interdesigners

Título	Interdesigners	
Descritivo geral da ideia	O evento completou 30 anos em 2022. É um fórum realizado horizontalmente por educadores e estudantes da Unesp. O evento traz discussões internacionais sobre o papel do design no mundo. A proposta é ampliar o caráter internacional do evento trazendo uma frente organizada diretamente pela Cidade Criativa paralela às atividades empreendidas pelos estudantes.	
Resultados esperados	Integrar as universidades, internacionalizar as artes midiáticas e o design do município e criar um evento de referência internacional em Bauru.	
Parceiros estratégicos	Papéis	Responsável
Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas	Coordenação geral das atividades	Kahena Bizzotto
FAAC-Unesp	Coordenação e articulação	Dorival Rossi e Rodrigo Moon
Instituto Noosfera	Captação de recursos e arcabouço jurídico	Mirian Curtinove
FIB e demais universidades	Parceria Institucional	Juarez Xavier
Secretaria de Cultura	Suporte material e estruturas	Gilson Aude
Secretaria de Educação	Suporte material e pedagógico	Fabio Santos
Sedecon	Suporte material	Marina Leite
Orçamento projetado	Fontes de financiamento	Prazo
R\$ 260.000,00	Secretária de Cultura, Sedecon, Sebrae, Unesp, FIB, Unisagrados e USC	Jun/2023
ODS Relacionados	10- Redução das Desigualdades; 11- Cidades e Comunidades Sustentáveis; 12- Consumo e Produção Responsáveis; 17- Parcerias em Prol de Metas.	

Fonte: Elaboração própria.

Cooperação internacional

Durante a consultoria em Bauru foram iniciados contatos para formalizar programas com cidades-membro da Rede de Cidades Criativas da UNESCO. O tripé dos programas internacionais adicionados à Bauru Cidade Criativa foram: a) boas práticas de governança; b) boas práticas para ativação dos espaços públicos; c) aprendizado em Artes Midiáticas e intercâmbio profissional e educacional na área.

A governança da **Bauru Cidade Criativa** será realizada pela união de três entes parceiros FAAC – Unesp, OSCIP – Instituto Noosfera e Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas de Bauru. O primeiro deles, a Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC – Unesp), será a responsável pela relação institucional com as cidades e instituições de ensino internacionais.

a) Boas Práticas de Governança

O processo primordial no ingresso à Rede UNESCO é o aprendizado e a aplicação de boas práticas na governança. Considerando a participação de uma escola de artes nessa frente, a primeira cidade criativa parceira é **Cidade Design Detroit** com o Center For Creative Studies –CCS.

Foi estabelecida uma parceria de troca de boas práticas de governança por meio de encontros online semanais e posteriormente quinzenais. Com isso, pretende-se capacitar todos os entes gestores de forma a dar bons passos em direção a uma gestão transparente, ecumênica e produtiva.

b) Ativação do Espaço Público

O segundo programa internacional, na proposição de uma cidade mais viva em seus espaços públicos, tem como parceiro a **Cidade Design Saint-Étienne**, cujas diretivas de ações nas ruas realizadas pelas instituições, programa de mutirões e eventos são muito inspiradoras para superar os desafios hoje existentes em Bauru.

Nesse sentido, o diagnóstico aponta que tornar as ruas mais vivas é um passo inicial significativo para uma adoção maior da economia criativa. Tornando-a um indutor de convívio mais saudável, espaços públicos pulsantes, atração e retenção de talentos,

fortalecimento do turismo, considerando que Bauru já é um Município de Interesse Turístico (MIT) reconhecido.

c) Intercâmbio de Artes Midiáticas

O terceiro programa internacional está focado nas Artes Midiáticas, setor criativo de destaque em Bauru. Para absorver os conhecimentos e as boas práticas, há duas cidades parceiras. A primeira se refere a **Enghien Les Bains**, coordenadora da Rede de Cidades Artes Midiáticas, permite maior facilidade logística e linguística, considerando que Saint-Étienne também é parceira. Junto de Enghien Les Bains, a sul-americana Santiago de Cali, propicia uma troca cultural em sintonia e sabor regional.

O programa com as duas cidades, Enghien Les Bain e Santiago de Cali, dedicado às Artes Midiáticas, visa a troca de boas práticas específicas ao setor, o intercâmbio de estudantes, a participação de artistas bauruenses em eventos das cidades parceiras e de artistas dessas localidades nos eventos Semana do Hip Hop, Fogueira Cultural e Interdesigners, fórum de design, mídias e tecnologias da Unesp que completou 30 anos em 2022.

4.4 Mapa Estratégico e gestão do plano – Governança

A governança da **Bauru Cidade Criativa** será realizada pela união de três entes parceiros FAAC –Unesp, OSCIP – Instituto Noosfera e a Federação Coletiva Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas de Bauru. A prefeitura terá assento em todos os conselhos que acompanham a execução do projeto pelos entes gestores.

Estrutura da governança

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC – Unesp)

Será a responsável pela relação institucional com as cidades e instituições de ensino internacionais. Sua excelência em ensino com laboratórios, programas de pesquisa e de extensão a credencia para desempenhar este papel. Isto somado à experiência na gestão de programas internacionais. O corpo docente e discente, junto à estrutura, adiciona importante elemento, considerando a experiência, a produção de

conhecimento, a biblioteca, as salas de aula, o campus, os três fab labs e o parque tecnológico em processo de formalização.

Conselho Educacional

Junto a FAAC, haverá um conselho consultivo das universidades do município que têm cursos de artes, audiovisual, comunicação, design, mídias e tecnologias. Além de assentos para as instituições do Sistema S relacionadas aos temas e que estão participando dos projetos, incluindo SENAC, SENAI, SESC e SEST SENAT.

Instituto Noosfera

O Instituto é uma OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público. Este credenciamento junto ao Ministério da Justiça a abona para receber recursos de todas as instâncias da república, inclusive requisitando verbas não utilizados por entes públicos, participando de editais, linhas de financiamento e fomento de todos os tipos. Além de poder receber recursos via doações e renúncia fiscal.

O instituto liderou a aprovação da Lei de Iniciativa Popular que estipula o dia 25 de julho como Dia da Cultura e da Paz. Essa experiência é inspiradora e traz um conjunto de ferramentas cruciais no sentido da mobilização social e articulação com o setor público, que além de inspiradores são necessários no apoio à governança do projeto.

O Instituto realizou o Festival da Cultura e da Paz desde 2013 reunindo em espaços públicos representantes das artes, ciências e espiritualidades. O evento foi realizado com parcerias públicas e privadas, demonstrando importante competência.

Dentre suas realizações, encontra-se o projeto de educação ambiental aplicado em toda a Rede Pública de Ensino de Arealva (8 mil hab.) e São Manuel (40 mil hab.), municípios vizinhos de Bauru. Este projeto agora será aplicado em Bauru como parte do E-CAM – Educação Criativa, Ambiental e Midiática, um dos cernes da **Bauru Cidade Criativa**.

O Instituto ainda atuará como balcão de formalização de profissionais, coletivos e iniciativas criativos, oferecendo aconselhamento e gestão de serviços burocráticos necessários para gerar CNPJ e cumprimentos legais necessários à sua abertura e manutenção. Esta frente de trabalho integra o Programa ESC – Empoderamento da Sociedade Civil.

Conselho Gestor

Ir  acompanhar e fiscalizar as a es, gestão das verbas e uso do projeto Bauru Cidade Criativa em processos de concorrência, editais, premia es, entre outros. Este ator da governança se soma   fiscaliza o já empreendida pelo Instituto. Este conselho tem o poder de aprovar as contas e interromper a aplica o de verbas ou participa o em processos como editais. Neste conselho estão representados a FAAC – Unesp e a Federa o Coletiva, junto a auditoria jurídica e contábil.

Federa o Coletiva – Federa o dos Coletivos e Iniciativas Criativas de Bauru

Um novo ator local criado a partir das a es do CRIA SP 2022 na cidade. A Federa o congrega os coletivos e iniciativas criativas que têm sido atuantes no município. Esses coletivos e iniciativas realizam festivais e festas com recursos advindos de editais e parcerias com o Sistema S e a Prefeitura. Por exemplo, a Liga da 014 organiza eventos de hip hop diários na cidade, além de possuir m dia própria e projeto educativo com diversas OSCs, em contraturno escolar, tendo como público crianças e adolescentes da Rede Pública de Ensino.

Os coletivos também organizam a es de bioconstru o e estímulo   agricultura familiar em territórios como o bairro Otávio Rasi e Manchester. Neste último, o Fuzu  organizou mutirões, apoiou a constru o de centros comunitários e habita es, além de suporte para gerar em doze meses a primeira colheita comercial, iniciando um processo de autonomia e renda para os moradores.

A Federa o irá gerir a rede de voluntários, os encontros entre atores criativos, os cursos de forma o em gestão, ferramentas, projetos e economia criativa e a programa o anual da **Bauru Cidade Criativa**. Dentre as incumbências iniciais está o desenho do programa de voluntários que irá estabelecer o acesso a cursos, intercâmbios e outras a es que estão sendo acordadas e estruturadas dentro de Bauru e em colabora o com as cidades criativas parceiras.

Conselho Representativo

Atuará no sentido de incluir todos os setores da sociedade e criativos no processo de governança. Este conselho terá uma natureza mista, tanto consultiva quanto deliberativa. Atuará em caráter consultivo, no que diz respeito   programa o anual, a

cargo da Federação dos Coletivos e Iniciativas Criativas. Já nas ações referentes aos demais setores, que terão porcentagem de investimento anual definida, terá poder deliberativo, com voto e maioria para a definição do uso desses recursos.

Implantação da Governança

Atualmente, a governança conta com o compromisso acordado junto aos entes gestores. O primeiro trimestre de 2023 será dedicado ao prosseguimento de acordos, detalhamento de responsabilidades, formalizações jurídicas e arregimentação de todos os atores necessários para o início do projeto. Assim como à finalização dos acordos de cooperação internacional.

Em paralelo, com foco no segundo trimestre de 2023, será dada continuidade ao planejamento e a organização de projetos prioritários junto aos parceiros comprometidos com sua realização. Assim, poderá haver o início de projetos sugeridos, que cativem parceiros e financiamentos.

REFERÊNCIAS

- ARGÜELLES, J. **A Lei do Tempo**. Teoria apresentada no Primeiro Congresso Planetário de Direitos Biosféricos. Brasília, 1996.
- ALBERT, B.; KOPENAWA, D. **A queda do céu**. Companhia das Letras: São Paulo, 2015.
- BAITELLO JUNIOR, N.; WULFF, C. **Sapientia**: uma arqueologia dos saberes esquecidos. Edições Sesc São Paulo: São Paulo, 2018.
- BROOK, P. **Na ponta da língua**: reflexões sobre linguagem e sentido. Edições Sesc São Paulo: São Paulo, 2019.
- BROOK, P. **Tocando de ouvido**: reflexões sobre música e som. Edições Sesc São Paulo: São Paulo, 2022.
- CALVINO, I. **Cosmicômicas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1985.
- CALVINO, I. **Cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- COLETIVO PLANO CONJUNTO. **Diagnóstico Setorial do Audiovisual de Bauru**. 2022. Coletivo Plano Conjunto, 2022.
- DOMINGUES, L. C. **Bauru nos tempos do sertão**. Bauru: Pisces Editora, 2022.
- KES LEARNING. **Plano Quinquênio 2015-2020**. Disponível em: <http://www.keslearning.do>. Acesso em: 2 ago. 2022.
- KRENAK, A. **Ideias para adiar o mundo**. Companhia da Letras São Paulo, 2020.
- MACIEL, L. C. **Underground**. Edições Sesc São Paulo: São Paulo, 2022.
- MULGAN, G. **A crise imaginária (e como podemos acelerar a imaginação social e pública)**. Demos Helsinki: Helsinki, 2020.
- NEWBEGIN, J. Palestra proferida no KES learning por John Newbegin. Disponível em: <http://www.keslearning.do>. Acesso em: 2 ago. 2022.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU. Disponível em: <https://www2.bauru.sp.gov.br/>. Acesso em: 17 ago. 2022.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU. **Plano Diretor de Turismo**. 2017. Bauru. São Paulo, 2017.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU. **Plano Diretor do Município**. 2008. Bauru. São Paulo, 2008.

REVISTA COSMIC. Disponível em: <https://lawoftime.org/wp-content/uploads/eZine-Cosmic-Civilization.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

SIMAS, L. A. **O Corpo encantado das ruas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

SNYDER, G. **Re-Habitar**: ensaios e poemas. Azougue: São Paulo, 2015.

UNESCO. **Declaração de Missão UCCN**. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_rev_nov_2017.pdf. Acesso em: 20 ago. 2022.

UNISDR. **Como construir cidades mais resilientes**: um guia para gestores públicos locais. Disponível em: https://www.unisdr.org/files/26462_guiagestorespublicosweb.pdf. Acesso em: 21 nov. 2022.

VAN LENGEN, J. **Manual do arquiteto descalço**. B4 Editora: São Paulo, 2019.

VÁRIOS AUTORES. **Design e a economia circular**. São Paulo: Editora SENAI-SP, 2020.

WIKIPEDIA. **Bauru**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Bauru>. Acesso em: 17 ago. 2022.