



A REALIDADE DO COMÉRCIO TRADICIONAL DO SETOR COMERCIAL SUL FRENTE AO PROJETO POLO CRIATIVO TECNOLÓGICO NO SETOR COMERCIAL SUL

Joyce Kelly Viana Teles¹; Alexandre Schirmer Kieling²

¹Estudante de Jornalismo – Universidade Católica de Brasília;

²Programa de Pós-Graduação em Inovação em Comunicação e Economia Criativa – Universidade Católica de Brasília.

E-mail: joyce.kely@a.ucb.br; alexandrek@p.ucb.br

RESUMO

Este estudo analisa a relação entre o projeto do futuro Polo Criativo Tecnológico do Setor Comercial Sul (SCS), em Brasília, e a realidade dos comerciantes locais. Baseado no modelo do ciclo de desenvolvimento da economia criativa, que defende a interdependência entre os ambientes humano, sociocultural e de negócios, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e exploratória. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com quatro empreendedores da região. Os resultados demonstram que, embora os lojistas apliquem estratégias práticas de adaptação e inovação, o desenvolvimento do comércio é severamente prejudicado por barreiras estruturais. O fechamento de lojas, a dependência do fluxo de pedestres no horário de almoço e a forte insegurança dificultam a manutenção dos negócios e a retenção de talentos. Conclui-se que o modelo urbanístico digital do novo Polo só promoverá desenvolvimento real se os problemas básicos de zeladoria e segurança pública forem previamente solucionados.

Palavras-chave: Economia Criativa. Revitalização Urbana. Cidades inteligentes.

INTRODUÇÃO

O Setor Comercial Sul (SCS), localizado na área central de Brasília, é alvo de um projeto de revitalização para a criação de um Polo Criativo Tecnológico, que integra infraestrutura física e digital. Apesar da inovação proposta, o comércio tradicional lida diariamente com desafios estruturais, esvaziamento e vulnerabilidade social, refletindo a aridez e o vazio humano muitas vezes associados à monumentalidade da capital (Lispector, 1999). A literatura aponta que intervenções urbanas eficazes devem focar primariamente nas pessoas (Silva, 2020) e manter a segurança natural por meio de calçadas movimentadas e comércio ativo (Jacobs, 2011). Ignorar os atores locais pode resultar em um processo excludente de "destruição criativa neoliberal" (Moura & Costa, 2022).

A lacuna de conhecimento deste estudo reside na ausência de articulação entre o planejamento tecnológico governamental e as táticas empíricas de sobrevivência dos lojistas da região. O desenvolvimento pleno da economia criativa exige integrar, de forma interdependente, os ambientes humano, sociocultural e de negócios (Gomes et al., 2024). Diante disso, torna-se relevante investigar como a inovação proposta pode dialogar efetivamente com as necessidades reais do comércio já estabelecido no território.

OBJETIVO

Analisar a realidade, as táticas de sobrevivência e as expectativas dos lojistas do Setor Comercial Sul (SCS) frente à implementação do projeto do Polo Criativo Tecnológico, contrastando as propostas institucionais com as demandas estruturais, de zeladoria e segurança das ruas.



MÉTODO

Trata-se de um estudo empírico, qualitativo e exploratório. Os participantes foram quatro profissionais que representam a diversidade do comércio fixo do SCS: o gerente de uma confeitaria, a dona de uma loja de roupas, um barbeiro e a administradora de uma loja de bijuterias. O procedimento de coleta de dados consistiu em entrevistas semiestruturadas, desenhadas para explorar as motivações para empreender na região, as adaptações de mercado ao público consumidor, e os desafios diários com a insegurança e o esvaziamento. A análise dos dados foi conduzida por meio de análise temática, na qual as respostas foram categorizadas em eixos operacionais (barreiras físicas, estratégias de mercado e impactos da violência) e, em seguida, cruzadas com o referencial teórico de economia criativa e urbanismo.

RESULTADOS

Os resultados revelam que a imposição de um modelo tecnológico interage com um ecossistema comercial já estabelecido, porém fragilizado. Em relação ao "ambiente de negócios" (Gomes et al., 2024), a infraestrutura física do SCS atua como uma severa barreira ao crescimento. O relato do gerente da confeitaria evidencia que a escassez de estacionamentos afasta o público externo, condicionando o faturamento ao fluxo restrito de pedestres no horário de almoço ou em trânsito para o metrô. Ademais, o fechamento de lojas vizinhas e o abandono de imóveis, relatados pela administradora da loja de bijuterias, reduzem drasticamente a circulação fora dos horários de pico. Esse esvaziamento crônico suprime a vigilância natural dos "olhos na rua" (Jacobs, 2011), desencadeando um ciclo de degradação do espaço e afastamento de potenciais consumidores.

Apesar das limitações estruturais, a pesquisa demonstra que os lojistas já executam, de forma empírica, táticas fundamentais de inovação e economia criativa (Bessa et al., 2026). Os empreendedores adaptaram seus modelos de negócio de forma inteligente às demandas do território. A proprietária da loja de roupas, por exemplo, readequou seu estoque para "alfaiataria premium" ao identificar o perfil corporativo das consumidoras que transitam pela região. A confeitaria alterou o padrão de seus produtos, focando em bolos menores para atender aos núcleos familiares reduzidos da capital. No setor de serviços, a barbearia inovou ao adotar uma estética de pub com mesa de sinuca, transformando o local em um ambiente de convivência utilizado pelos clientes até mesmo para reuniões informais de trabalho. Tais achados indicam que o setor privado local possui maturidade gerencial e plena capacidade de leitura de mercado.

Por fim, o eixo mais crítico identificado diz respeito ao fator humano e à dificuldade de retenção de talentos (Gomes et al., 2024). Os relatos escancaram um cenário onde o déficit de políticas de assistência social e a insegurança ditam a rotina de trabalho. Com o aumento da vulnerabilidade nas calçadas, os comerciantes relataram a necessidade de criar redes autônomas de monitoramento.

Figura 1

Barbearia Navalha da Corte



Fonte: Joyce Teles/ arquivo pessoal (2026).

Figura 2

Loja Cris Xavier Boutique



Fonte: Joyce Teles/ arquivo pessoal (2026).

Figura 3

Loja Floré Bijoux



Fonte: Joyce Teles/ arquivo pessoal (2026).

Figura 4

Loja Fábrica de Bolo



Fonte: Joyce Teles/ arquivo pessoal (2026).

CONCLUSÃO

O estudo conclui que, embora o projeto do Polo Criativo Tecnológico seja visto com otimismo pelos comerciantes, a tecnologia, por si só, não soluciona o abandono estrutural do espaço público. A pesquisa contribui ao evidenciar que o comércio local já possui maturidade e capacidade de inovação, mas está estrangulado pela insegurança e pelo esvaziamento. A principal implicação deste estudo é que o sucesso da revitalização requer a adoção de um modelo focado em "cidades humanas inteligentes" (Silva, 2020), no qual o planejamento digital deve ser utilizado, primeiramente, para resolver déficits analógicos urgentes — como zeladoria, iluminação e proteção social. Sem o cuidado com o fator humano, a inovação corre o risco de promover apenas gentrificação.

REFERÊNCIAS

- Bessa, L., Kieling, A., & Camargo, H. W. (2026). *Comunicação & economia criativa*. ResearchGate.
- Gomes, V. M. L. R., Kieling, A. S., Josemin, G. C., & Marcondes, C. I. (2024). Ciclo para o desenvolvimento da economia criativa: Uma proposta teórica. *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 22(50), 1–22.
- Jacobs, J. (2011). *Morte e vida de grandes cidades* (3ª ed.). Martins Fontes. (Obra original publicada em 1961)
- Lispector, C. (1999). *Nos primeiros começos de Brasília*. In C. Lispector, A descoberta do mundo. Rocco.
- Moura, W. da C., & Costa, A. B. (2022). A destruição criativa neoliberal contra o setor comercial Sul em Brasília. *Revista Brasileira De Direito Urbanístico / RBDU*, 8(15), 39–63.
- Silva, C. (2020). O design no desenvolvimento de cidades humanas inteligentes. *Estudos de Design e Inovação Social*.

Financiamento: Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal.