

INSTITUTO CRIAR: IMPACTO QUE TRANSFORMA VIDAS

05 DE AGOSTO | 2024



INSTITUTO CRIAR
DE TV, CINEMA E
NOVAS MÍDIAS

Objetivos

Os objetivos do estudo são:

1. Mensurar o impacto socioeconômico do Instituto Criar na vida dos seus veteranos.
2. Propor e captar medidas de impacto dado aquilo que o Instituto Criar almeja publicamente fazer.
3. Fazer contribuições futuras ao Instituto sobre como continuar sua jornada transformativa, e
4. Apontar novos trajetos para a caminhada analítica de mensuração do trabalho do Instituto.



Metodologia Quantitativa



Período de coleta

11 a 22 de julho.



Método de coleta

A coleta dos dados foi realizada por meio de aplicação online de questionários estruturados.



Entrevistas

554 entrevistas.



Público alvo

Veteranos do Instituto Criar.



Metodologia

Grupo de Controle

Para estimar o efeito causal aplicamos um **modelo quase-experimental chamado pareamento e escore de propensão** (*matching e propensity score*).

O método de pareamento fundamenta-se na construção de grupos de controle semelhantes aos grupos de tratamento em termos de determinadas características observáveis, ou seja, de indicadores que existem para todas as unidades.

Nesse sentido, **considerando as características observáveis dos ex-alunos do Criar Brasil** – que compõe o grupo dos tratados –, **busca-se perfis semelhantes que não fazem parte do grupo**, funcionando como contrafactual.

Por construção do método, serão identificadas pessoas suficientemente semelhantes nas características observáveis; tão parecidas quanto possível; e **o único fator de diferenciação entre elas é o fato de terem sido afetadas pelo tratamento**.

Para construção do grupo de controle usamos **dados oficiais da PNAD 2024, primeiro trimestre**, e selecionamos as variáveis de sexo, idade, escolaridade, renda individual, cor/raça e composição familiar. Com objetivo de ter características comparáveis, **selecionamos apenas residentes na cidade de São Paulo, com ensino médio completo e entre 18 e 36 anos**.



Metodologia Qualitativa



Período de coleta

22 de julho a 2 de agosto.



Método de coleta

A coleta dos dados foi realizada por meio da aplicação online de entrevistas em profundidade.



Público alvo

Veteranos do Instituto Criar.



Escolha dos entrevistados

Os 15 entrevistados foram escolhidos por: 1. uma análise das respostas do survey; 2. uma análise da Rede de Talentos do Criar; e 3. pela indicação do Instituto.



Monitoramento de Redes Sociais



Público alvo

Veteranos do Instituto Criar. Por uma questão de disponibilidade dos dados, foram considerados apenas os formados a partir de 2013.



Fonte dos dados



Metodologia Social Listening

Social listening, também conhecido como monitoramento de redes sociais, refere-se à prática de rastrear e analisar menções em plataformas de mídia social, fóruns, blogs e outros canais da web.

É um método que combina análises quantitativas e qualitativas sobre um assunto.

O objetivo é obter insights sobre o que as pessoas estão dizendo sobre uma marca, produto, tópico ou setor específico.



Este relatório está dividido em 4 partes

1

Impacto socioeconômico,
antes de qualquer coisa

2

O manifesto como um compromisso público:
avaliação de impacto

3

O futuro sugere
reinvenção

4

Apontamentos e conclusões
como nossa tomada final

Principais insights que veremos aqui

- O **Criar gera ascensão socioeconômica substantiva**, transformando a vida de seus veteranos e familiares, o que reforça achados anteriores.
- Essa transformação vai além do compromisso feito no seu manifesto.
- O que **não significa que veteranos não enfrentam dificuldades no árido mercado de trabalho, sobretudo os pretos** e os veteranos de turmas mais recentes. Essa é uma realidade para a qual o Criar precisa dar mais atenção.
- Apesar dessas dificuldades, esses jovens diversos se preocupam e **têm um trabalho fundamental em suas comunidades**, gerando impacto com as mensagens que aprendem no Criar e levam para fora dele.
- Com a ajuda do Criar, esses veteranos podem conseguir **ainda mais visibilidade**, tanto no mundo real, offline, quanto no mundo virtual, online.
- Por fim, a bolha do amor da **rede do Criar é parte fundamental da sustentação e do acesso de jovens periféricos e diversos a um mercado essencialmente branco e elitizado**. Alimentá-la e fazer com que essa rede cresça e fique mais forte é **essencial para disseminar ainda mais a educação que queremos**.





1

Impacto socioeconômico,
antes de qualquer coisa





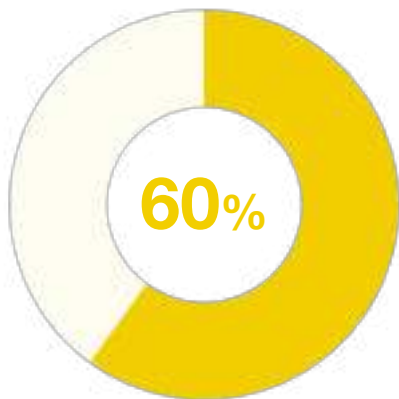
“

*Afinal de contas, a gente ainda vive numa sociedade capitalista, **a gente ainda precisa ganhar dinheiro.***

”

Asaph Ágata, T9

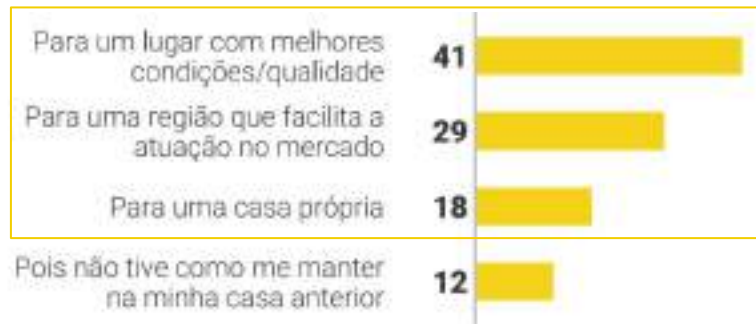
Instituto Criar: superação de desigualdades que começa pela **melhoria na qualidade de vida**



dos veteranos **não moram na mesma casa** de quando eram estudantes do Criar

A mudança para uma moradia melhor é um marcador muito significativo na redução de desigualdades e do impacto socioeconômico que o Criar tem na vida dos seus veteranos. Além de questões de mobilidade e melhores condições, influencia no fortalecimento da dignidade e pode servir de exemplo e inspiração para outros membros das suas comunidades de origem.

A MUDANÇA DE CASA OCORREU... (RM)



88%

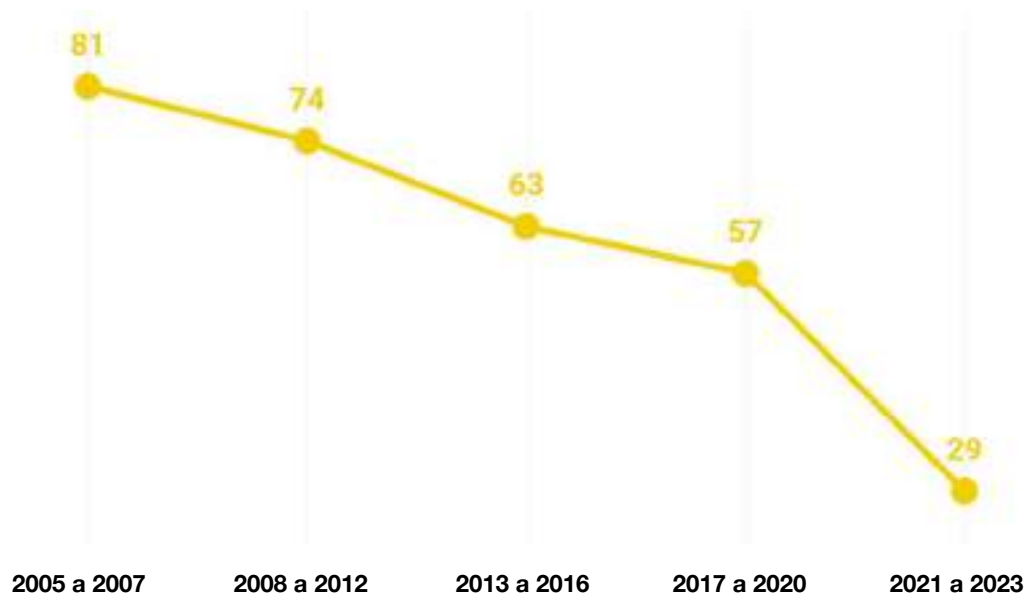
foram para um **lugar melhor** e/ou mais propício para a carreira

Base: apenas entre quem não mora na mesma casa de quando era estudante do Criar.



Mas a redução de desigualdades é processo de longo prazo e leva tempo

MUDOU DE CASA DEPOIS DA FORMAÇÃO DO CRIAR | TURMA



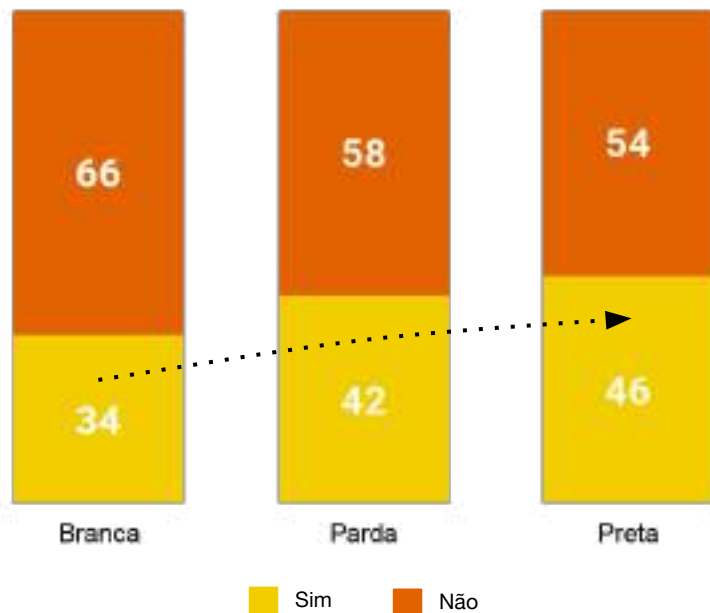
Processos de redução de desigualdades levam tempo para acontecer e o reflexo disso é que **turmas de veteranos mais antigos do Criar viram esse processo acontecer em maior proporção que os mais recentes**: 81% dos veteranos de 2005-2007 não moram mais na mesma casa, enquanto 71% dos veteranos de 2021-2023 ainda estão no mesmo lugar.

O Criar tem um papel importante na formação e capacitação desses alunos, mas processos de ascensão social levam tempo.



Racismo estrutural no setor: a **ascensão social é mais rápida para os brancos** do que pretos e pardos

MORA NA MESMA CASA? | COR/RAÇA



Importante indicador de ascensão social, a mudança de casa é realidade para a maioria dos alunos do Criar. Entretanto, o mercado do audiovisual e tecnologia não é exceção quanto às desigualdades estruturais, como as de cor/raça.

Resultado disso é que **a mudança de moradia para um lugar melhor aconteceu para 66% dos brancos. Mas esse número é menor entre pardos e pretos: a mudança aconteceu para 58% dos pardos e 54% dos pretos.**



Quase duas décadas após o Criar, o incremento da renda ao longo do tempo chega aos 844%



A partir do marco-zero, dos 706,00 reais de bolsa formação, **o incremento após 19 anos de formado pode chegar aos 844%**, com 6.668,00 reais.

Nota: Os veteranos foram perguntados sobre sua renda atual em que respondiam em faixas de renda. Para gerar um valor médio, foram gerados valores aleatórios dentro das faixas de renda apresentadas.



“

A bolsa do Criar serve de **base para que os alunos possam se desenvolver**, além de ajudarem na **complementação da renda familiar**

*A gente tinha uma bolsa que ajudou muito e que era uma base bem importante para a minha casa porque na época só a minha mãe trabalhava, **então a bolsa do Criar vinha ali para ajudar a complementar a renda.** Mas a gente também tinha essas aulas de economia, de planilhar nossos gastos, de pensar no futuro. E isso é muito importante, a gente chega muito despreparado no mundo em relação a isso.*

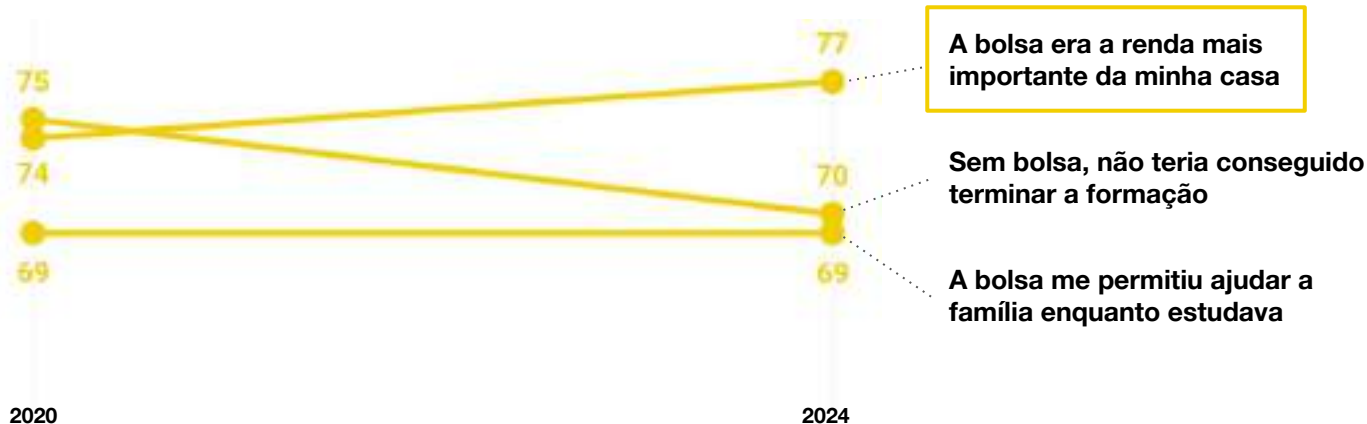
Gleiziele Oliveira, T9

”

O desenvolvimento pessoal e profissional **precisa ser viabilizado**

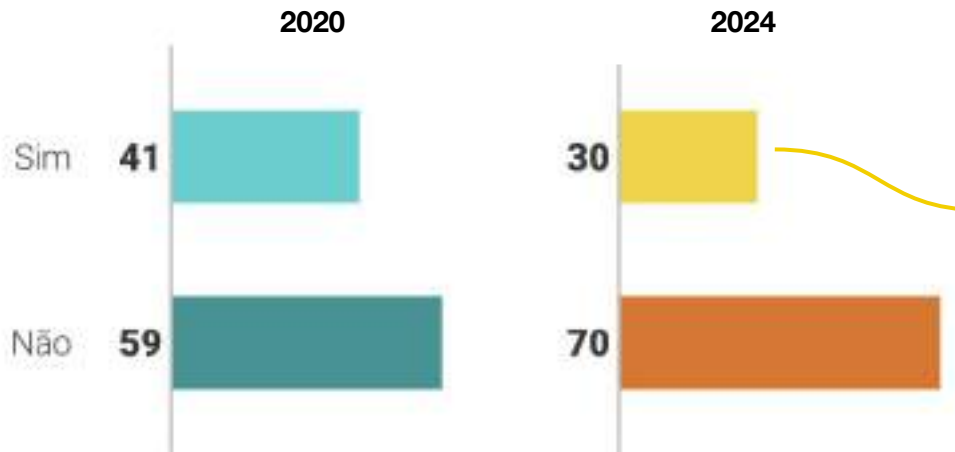
Com frequência, limitações materiais e financeiras são empecilhos para o desenvolvimento de pessoas e profissionais que tem muito a contribuir com o mercado e com a sociedade.

A bolsa do Criar viabiliza que os alunos tenham a oportunidade de encontrarem seus sonhos e desenvolverem seus potenciais.



O empréstimo de equipamentos e a locação de espaços também geram renda e oportunidades

APÓS A SUA FORMAÇÃO, VOCÊ JÁ UTILIZOU
EQUIPAMENTOS OU ESPAÇOS EMPRESTADOS?



Para além da bolsa, o apoio material e do espaço físico do Instituto promovem mais oportunidades de geração de renda para os veteranos.

65%

conseguiram um trabalho só porque tiveram acesso aos equipamentos/espaços

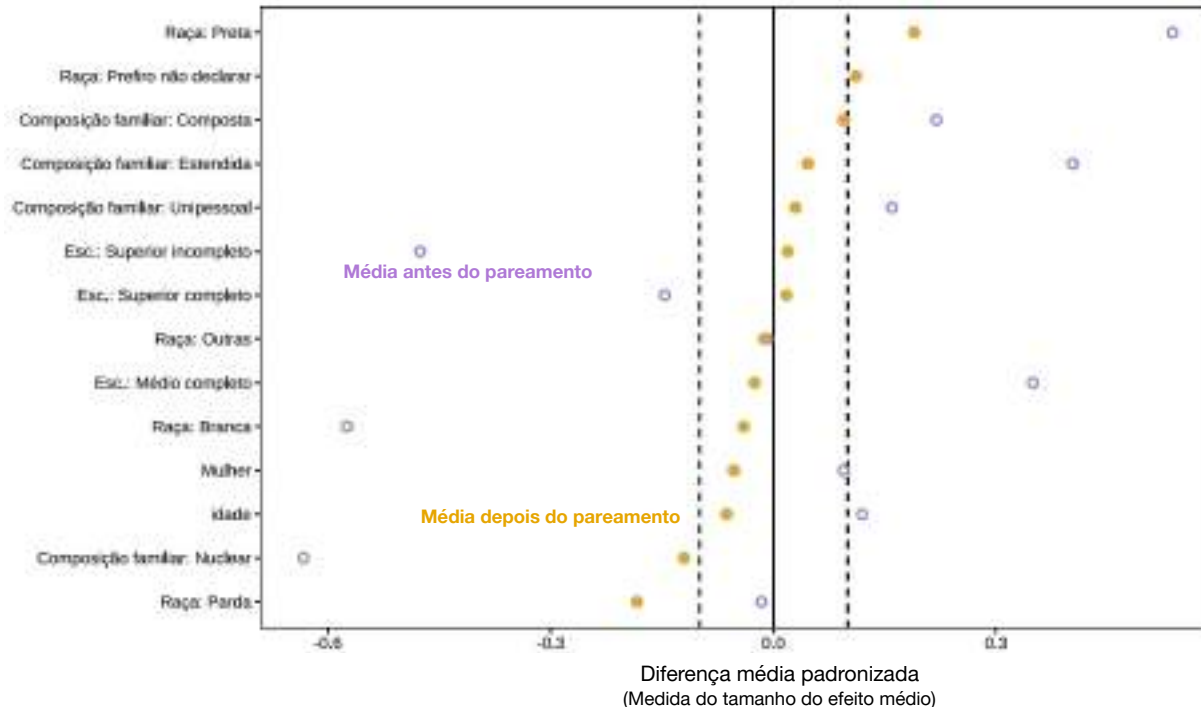
46%

já geraram renda a partir do empréstimo ou locação



Medindo impacto: Emparelhamento das variáveis relevantes

TABELA DE BALANCEAMENTO DE COVARIÁVEIS

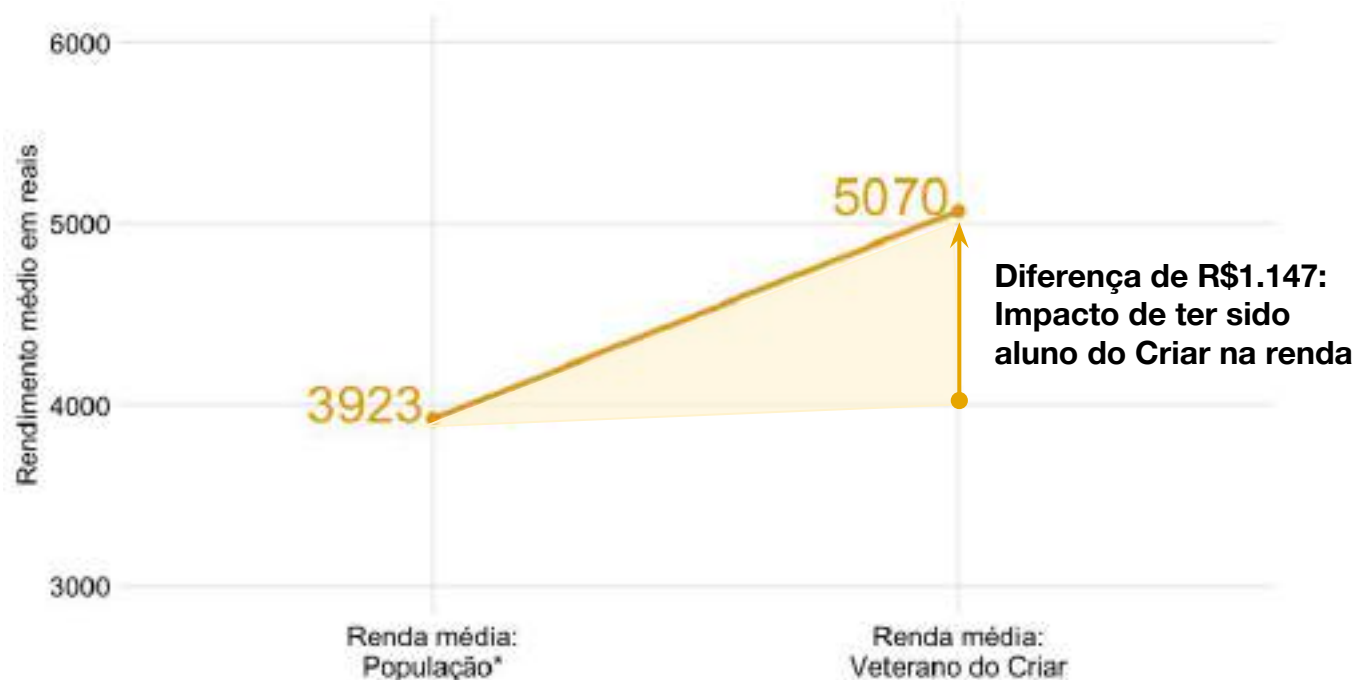


PERFIS BALANCEADOS

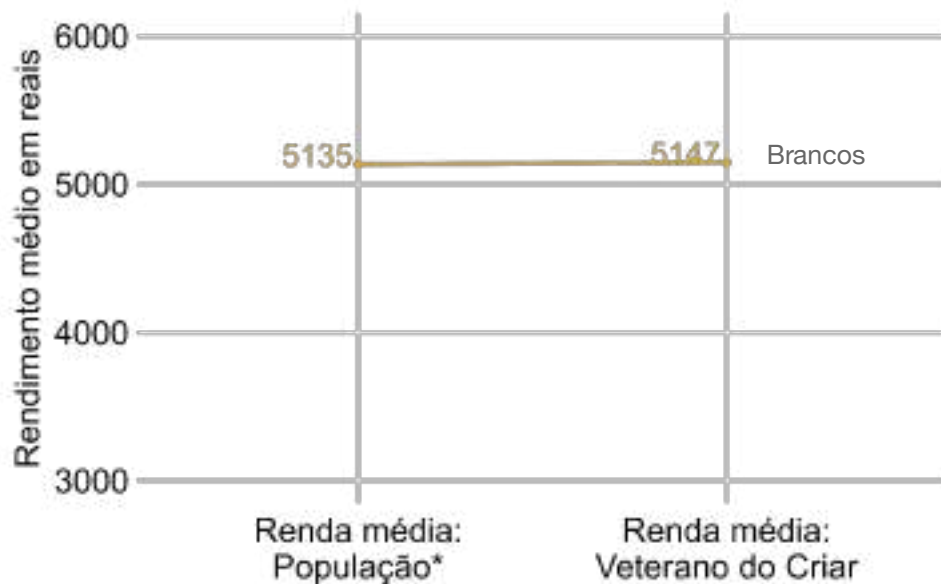
Com os perfis devidamente balanceados, podemos garantir que os dois grupos são igualmente comparáveis: veteranos (tratados) e perfis semelhantes que não participaram do Criar (controle).



Ter feito parte do Criar gera um incremento de renda médio de R\$1.147,00 per capita



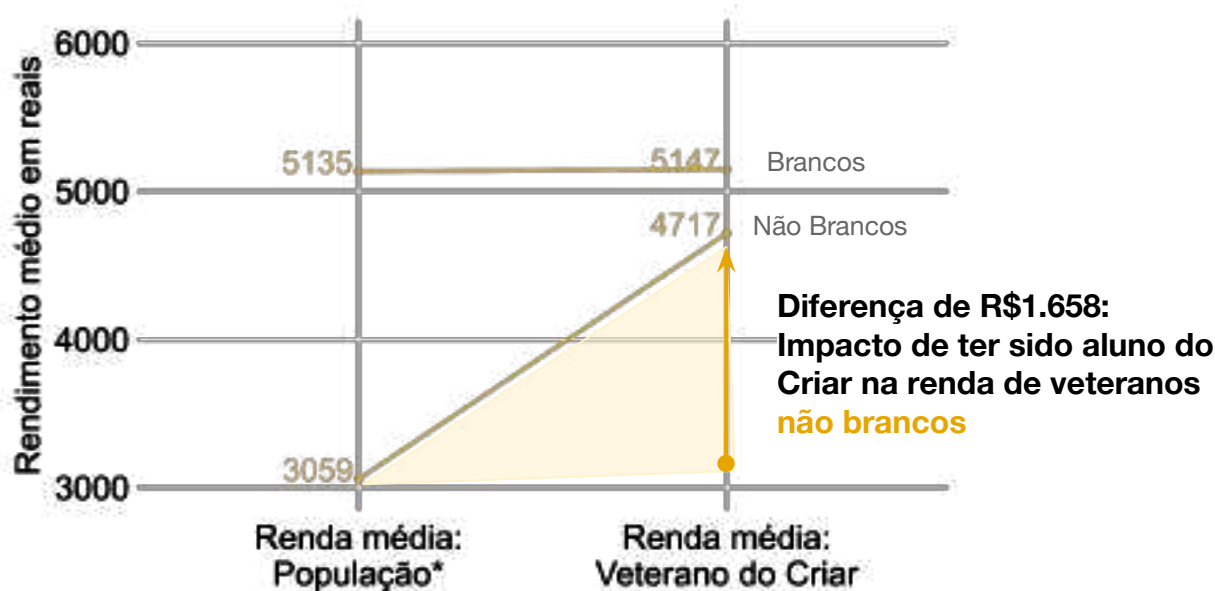
O efeito sobre a renda dos veteranos de cor/raça branca é pequeno



* Renda média: População com característica semelhantes aos alunos do Instituto Criar



Já sobre a renda dos não brancos, é clara a diferença que o Instituto Criar faz

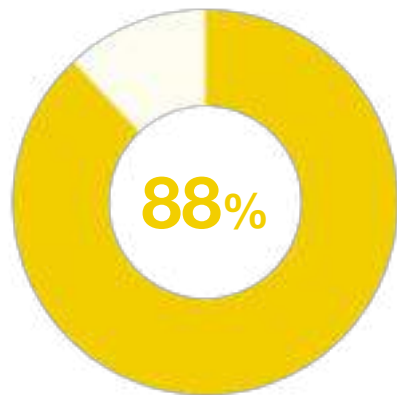


* Renda média: População com característica semelhantes aos alunos do Instituto Criar



Investimento tem retorno: a maioria dos veteranos está inserida no mercado de trabalho

Os veteranos do Criar têm tido boas oportunidades de inserção profissional, e uma grande maioria (88%) teve algum trabalho no primeiro semestre de 2024, independente do setor. A maioria dos trabalhadores são autônomos formalizados, mas quase um terço trabalha com carteira assinada.

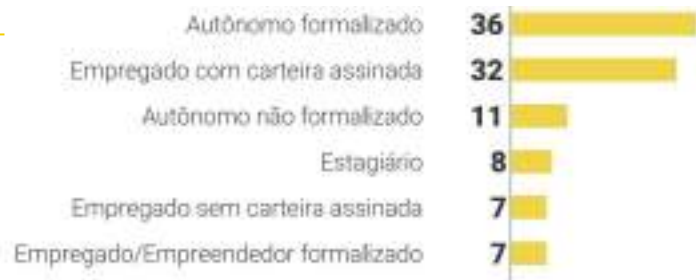


dos veteranos tiveram algum trabalho no primeiro trimestre de 2024

54%

foi o número de veteranos para quem **todo o faturamento veio do setor audiovisual ou tecnologia**. Para menos de 32%, apenas um quarto da renda veio do setor.

NESSE TRABALHO, VOCÊ ERA...



Base: entre quem trabalhou no primeiro semestre de 2024.



Quem não trabalhou, não trabalhou porque **não encontrou trabalho**

A grande maioria dos veteranos que não trabalhou no primeiro semestre justificou o fato pela dificuldade de encontrar um trabalho, demonstrando que, **apesar da grande maioria está empregada, uma parcela ainda encontra obstáculos em se inserir no mercado.**

Além disso, outros mencionam que não trabalharam por conta de desligamento recente ou foco nos estudos.

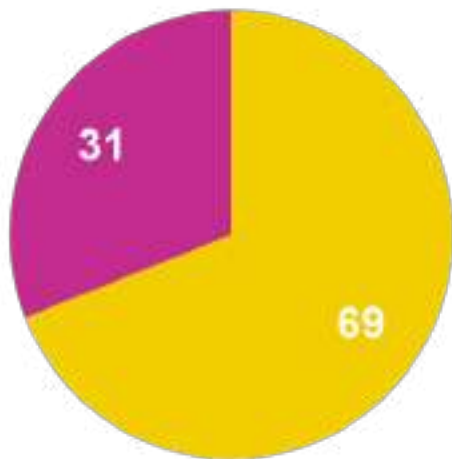


Base: apenas entre quem não trabalhou no primeiro semestre de 2024.

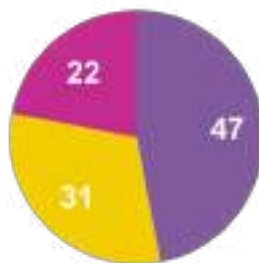


Ascensão social intergeracional: escolaridade dos veteranos é maior que dos pais

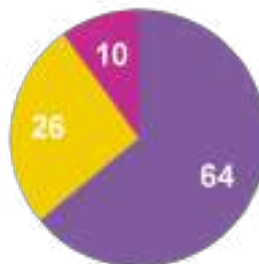
ESCOLARIDADE VETERANOS



ESCOLARIDADE DA MÃE



ESCOLARIDADE DO PAI



Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior

A narrativa de ascensão social passa pela escolaridade e formação dos veteranos, que está ligeiramente acima que a média nacional da PNAD em relação ao ensino médio (66% têm ensino médio completo, e 34% têm ensino superior completo).

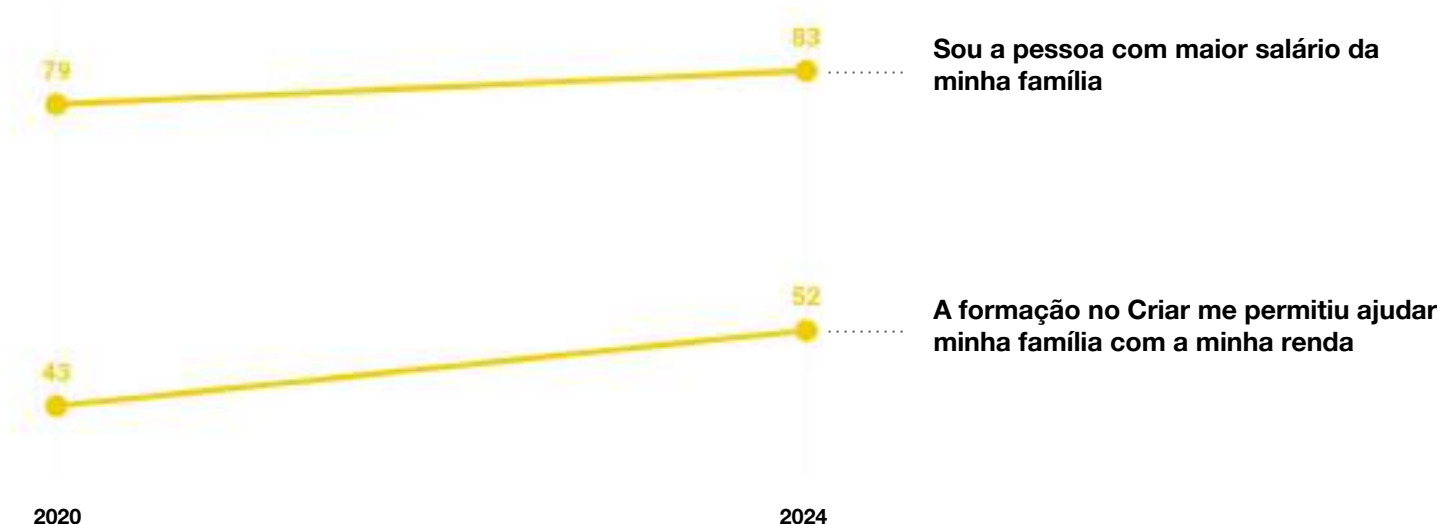
Entretanto, **é no exercício de comparação intergeracional que esse dado ganha maior destaque: a escolaridade média dos veteranos é maior que a de suas mães e, sobretudo, que a de seus pais.**

A formação e as oportunidades que o Criar possibilita dá perspectivas educacionais para seus alunos.



A mobilidade social se estende do indivíduo para as famílias

Os dados do estudo indicam que o Instituto promove a **mobilidade social** e esse resultado se estende para o bem-estar econômico do núcleo familiar.



“

*Eu olho para mim, **que sou uma exceção à regra dentro da minha própria família**, do meu bairro e até mesmo da região onde eu moro. **Existem poucas exceções como eu, que têm a oportunidade de fazer um Instituto Criar**, e de conhecer no tempo certo o Instituto Criar.*

Carol Santos, T18

”

Contribuir com a
ascensão social é
**transformar
exceções em
regras**



*Não que a minha realidade seja das melhores agora, mas é um caminho, seguir o caminho da arte, **seguir o caminho do audiovisual para uma ascensão ou para uma vida minimamente confortável.** É um caminho interessante de seguir, de ter outras oportunidades.*

Winnie Martins, T18



A perspectiva de um futuro é, por si só, **um aspecto transformador** para indivíduos e grupos

2

**O manifesto como um
compromisso público:**
avaliação de impacto



O manifesto do Instituto Criar: A educação que acreditamos

O Manifesto do Criar, seu compromisso público, dá origem às nossas medidas de impacto.

Analisar os resultados sob essa ótica possibilitou identificar **se e como o Instituto Criar cumpre com os compromissos públicos do seu manifesto.**

Nosso objetivo é entender **como os alunos avaliam a influência do Criar nas suas trajetórias pessoais e profissionais**, além de **como percebem os resultados do instituto nos territórios e comunidades onde eles se inserem.**



O manifesto: A educação que acreditamos

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de transformação de si e do mundo em que vivem. É para nós ponto de partida e de chegada.

Reconhecemos diferentes saberes como cultura. Todo mundo tem cultura. Todo mundo tem saber. Todo mundo sabe. Aqui, olhamos para a cultura de cada um – ela é matéria prima da educação.

A cultura de paz sobrepõe à violência. Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. Apreciamos a corresponsabilidade, ao invés da obrigação. Para nós, educador é aquele que conduz alguém ao encontro de si: todos são mestres e a gente aprende junto.

Acreditamos na cidade como espaço educativo. A educação acontece, nas ruas, nas praças, museus, cinemas e teatros. A rua, o bairro e a cidade nos pertence. Queremos conhecer e nos apropriar do centro e da periferia, intervir no espaço urbano e participar das discussões sobre a cidade.

Apreciamos iniciativas de mobilização comunitária. Acreditamos que existem muitas formas de se estar no mundo. Não um jeito só.

Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção que reinventam as relações de trabalho.

Valorizamos o comprometimento com as futuras gerações, com os princípios da sociedade democrática, do respeito aos direitos humanos e da diversidade cultural que instiguem a reflexão, provoquem mudanças comportamentais e culturais.

Reconhecer e acolher sensações, emoções e pensamentos que estão vivos em nós colabora para o processo de desenvolvimento de cada um.

Para nós a arte é a partilha do sensível. A generosidade é a marca da distribuição. O diálogo se dá quando existe escuta e fala. Acreditamos que perguntas são melhores que respostas. Aqui, a gente acredita que todo mundo tem lugar de fala. O autoconhecimento contribui para recriar a forma de ser e estar no mundo. Incentivamos que cada um construa sua estrada de conhecimento.

Ninguém está pronto nunca.
A vida é uma jornada de aprendizagem constante.



O manifesto: Medidas de impacto

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de transformação de si e do mundo em que vivem. É para nós ponto de partida e de chegada.

#1

Reconhecemos diferentes saberes como cultura. Todo mundo tem cultura. Todo mundo tem saber. Todo mundo sabe. Aqui, olhamos para a cultura de cada um – ela é matéria prima da educação.

A cultura de paz sobrepõe à violência. Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. Apreciamos a corresponsabilidade, ao invés da obrigação. Para nós, educador é aquele que conduz alguém ao encontro de si: todos são mestres e a gente aprende junto.

Acreditamos na cidade como espaço educativo. A educação acontece, nas ruas, nas praças, museus, cinemas e teatros. A rua, o bairro e a cidade nos pertence. Queremos conhecer e nos apropriar do centro e da periferia, intervir no espaço urbano e participar das discussões sobre a cidade.

Apreciamos iniciativas de mobilização comunitária. Acreditamos que existem muitas formas de se estar no mundo. Não um jeito só.

Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção que reinventam as relações de trabalho.

Valorizamos o comprometimento com as futuras gerações, com os princípios da sociedade democrática, do respeito aos direitos humanos e da diversidade cultural que instiguem a reflexão, provoquem mudanças comportamentais e culturais.

Reconhecer e acolher sensações, emoções e pensamentos que estão vivos em nós colabora para o processo de desenvolvimento de cada um.

Para nós a arte é a partilha do sensível. A generosidade é a marca da distribuição. O diálogo se dá quando existe escuta e fala. Acreditamos que perguntas são melhores que respostas. Aqui, a gente acredita que todo mundo tem lugar de fala. O autoconhecimento contribui para recriar a forma de ser e estar no mundo. Incentivamos que cada um construa sua estrada de conhecimento.

Ninguém está pronto nunca.
A vida é uma jornada de aprendizagem constante.



O manifesto: Medidas de impacto

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de transformação de si e do mundo em que vivem. É para nós ponto de partida e de chegada.

Reconhecemos diferentes saberes como cultura. Todo mundo tem cultura. Todo mundo tem saber. Todo mundo sabe. Aqui, olhamos para a cultura de cada um – ela é matéria prima da educação.

A cultura de paz sobrepõe à violência. Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. Apreciamos a corresponsabilidade, ao invés da obrigação. Para nós, educador é aquele que conduz alguém ao encontro de si: todos são mestres e a gente aprende junto.

Acreditamos na cidade como espaço educativo. A educação acontece, nas ruas, nas praças, museus, cinemas e teatros. A rua, o bairro e a cidade nos pertence. Queremos conhecer e nos apropriar do centro e da periferia, intervir no espaço urbano e participar das discussões sobre a cidade.

#2

Apreciamos iniciativas de mobilização comunitária. **Acreditamos que existem muitas formas de se estar no mundo.** Não um jeito só.

Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção que reinventam as relações de trabalho.

Valorizamos o comprometimento com as futuras gerações, com os princípios da sociedade democrática, do respeito aos direitos humanos e da diversidade cultural que instiguem a reflexão, provoquem mudanças comportamentais e culturais.

Reconhecer e acolher sensações, emoções e pensamentos que estão vivos em nós colabora para o processo de desenvolvimento de cada um.

Para nós a arte é a partilha do sensível. A generosidade é a marca da distribuição. O diálogo se dá quando existe escuta e fala. Acreditamos que perguntas são melhores que respostas. Aqui, a gente acredita que todo mundo tem lugar de fala. O autoconhecimento contribui para recriar a forma de ser e estar no mundo. Incentivamos que cada um construa sua estrada de conhecimento.

Ninguém está pronto nunca.
A vida é uma jornada de aprendizagem constante.



O manifesto: Medidas de impacto

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de transformação de si e do mundo em que vivem. É para nós ponto de partida e de chegada.

Reconhecemos diferentes saberes como cultura. Todo mundo tem cultura. Todo mundo tem saber. Todo mundo sabe. Aqui, olhamos para a cultura de cada um – ela é matéria prima da educação.

#3

A cultura de paz sobrepõe à violência. **Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. Apreciamos a corresponsabilidade, ao invés da obrigação.** Para nós, educador é aquele que conduz alguém ao encontro de si: todos são mestres e a gente aprende junto.

Acreditamos na cidade como espaço educativo. A educação acontece, nas ruas, nas praças, museus, cinemas e teatros. A rua, o bairro e a cidade nos pertence. Queremos conhecer e nos apropriar do centro e da periferia, intervir no espaço urbano e participar das discussões sobre a cidade.

Apreciamos iniciativas de mobilização comunitária. Acreditamos que existem muitas formas de se estar no mundo. Não um jeito só.

Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção que reinventam as relações de trabalho.

Valorizamos o comprometimento com as futuras gerações, com os princípios da sociedade democrática, do respeito aos direitos humanos e da diversidade cultural que instiguem a reflexão, provoquem mudanças comportamentais e culturais.

Reconhecer e acolher sensações, emoções e pensamentos que estão vivos em nós colabora para o processo de desenvolvimento de cada um.

Para nós a arte é a partilha do sensível. A generosidade é a marca da distribuição. O diálogo se dá quando existe escuta e fala. Acreditamos que perguntas são melhores que respostas. Aqui, a gente acredita que todo mundo tem lugar de fala. O autoconhecimento contribui para recriar a forma de ser e estar no mundo. Incentivamos que cada um construa sua estrada de conhecimento.

Ninguém está pronto nunca.
A vida é uma jornada de aprendizagem constante.



O manifesto: Medidas de impacto

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de transformação de si e do mundo em que vivem. É para nós ponto de partida e de chegada.

Reconhecemos diferentes saberes como cultura. Todo mundo tem cultura. Todo mundo tem saber. Todo mundo sabe. Aqui, olhamos para a cultura de cada um – ela é matéria prima da educação.

A cultura de paz sobrepõe à violência. Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. Apreciamos a corresponsabilidade, ao invés da obrigação. Para nós, educador é aquele que conduz alguém ao encontro de si: todos são mestres e a gente aprende junto.

Acreditamos na cidade como espaço educativo. A educação acontece, nas ruas, nas praças, museus, cinemas e teatros. A rua, o bairro e a cidade nos pertence. Queremos conhecer e nos apropriar do centro e da periferia, intervir no espaço urbano e participar das discussões sobre a cidade.

Apreciamos iniciativas de mobilização comunitária. Acreditamos que existem muitas formas de se estar no mundo. Não um jeito só.

Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção que reinventam as relações de trabalho.

#4

Valorizamos o comprometimento com as futuras gerações, com os princípios da sociedade democrática, do respeito aos direitos humanos e da diversidade cultural que instiguem a reflexão, provoquem mudanças comportamentais e culturais.

Reconhecer e acolher sensações, emoções e pensamentos que estão vivos em nós colabora para o processo de desenvolvimento de cada um.

Para nós a arte é a partilha do sensível. A generosidade é a marca da distribuição. O diálogo se dá quando existe escuta e fala. Acreditamos que perguntas são melhores que respostas. Aqui, a gente acredita que todo mundo tem lugar de fala. O autoconhecimento contribui para recriar a forma de ser e estar no mundo. Incentivamos que cada um construa sua estrada de conhecimento.

Ninguém está pronto nunca.
A vida é uma jornada de aprendizagem constante.



O manifesto: Medidas de impacto

#5

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de transformação de si e do mundo em que vivem. É para nós ponto de partida e de chegada.

Reconhecemos diferentes saberes como cultura. Todo mundo tem cultura. Todo mundo tem saber. Todo mundo sabe. Aqui, olhamos para a cultura de cada um – ela é matéria prima da educação.

A cultura de paz sobrepõe à violência. Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. Apreciamos a corresponsabilidade, ao invés da obrigação. Para nós, educador é aquele que conduz alguém ao encontro de si: todos são mestres e a gente aprende junto.

Acreditamos na cidade como espaço educativo. A educação acontece, nas ruas, nas praças, museus, cinemas e teatros. A rua, o bairro e a cidade nos pertence. Queremos conhecer e nos apropriar do centro e da periferia, intervir no espaço urbano e participar das discussões sobre a cidade.

Apreciamos iniciativas de mobilização comunitária. Acreditamos que existem muitas formas de se estar no mundo. Não um jeito só.

Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção que reinventam as relações de trabalho.

Valorizamos o comprometimento com as futuras gerações, com os princípios da sociedade democrática, do respeito aos direitos humanos e da diversidade cultural que instiguem a reflexão, provoquem mudanças comportamentais e culturais.

Reconhecer e acolher sensações, emoções e pensamentos que estão vivos em nós colabora para o processo de desenvolvimento de cada um.

Para nós a arte é a partilha do sensível. A generosidade é a marca da distribuição. O diálogo se dá quando existe escuta e fala. Acreditamos que perguntas são melhores que respostas. Aqui, a gente acredita que todo mundo tem lugar de fala. O autoconhecimento contribui para recriar a forma de ser e estar no mundo. Incentivamos que cada um construa sua estrada de conhecimento.

Ninguém está pronto nunca.
A vida é uma jornada de aprendizagem constante.



O compromisso público do
Criar como cinco **medidas
de impacto** para nossa
avaliação

#1

Reconhecemos os **diferentes saberes como cultura**

#2

Acreditamos que existem **muitas formas de se estar no mundo.**

#3

Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. **Apreciamos a corresponsabilidade**, ao invés da obrigação.

#4

Apostamos nas buscas por **novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção.**

#5

O audiovisual possibilita a experiência formativa e de produção criativa de **transformação de si e do mundo** em que vivemos.



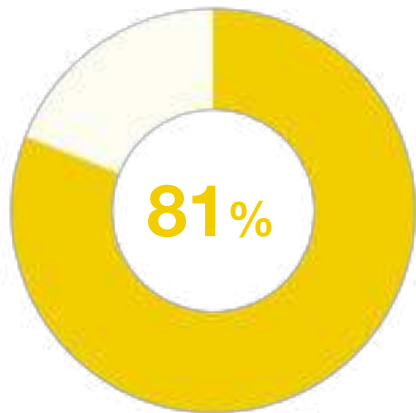
medida de impacto #1

**Reconhecemos
diferentes saberes
como cultura.**

Olhamos para a cultura
de cada um – **ela é
matéria prima da
educação.**



Criar é um espaço criativo de **inclusão e reconhecimento**



dos veteranos afirmam que **o Criar foi o primeiro lugar que sentiram que poderiam ser eles mesmos**

Pesquisa 2020: 84%

O índice expressivo de **jovens que nunca haviam encontrado um espaço onde se sentiam livres para ser quem são** antes de ingressar no Instituto Criar reflete uma **lacuna significativa nas estruturas sociais e educacionais tradicionais**.

Esse dado reforça a relevância do Instituto e destaca a **necessidade urgente de criar mais espaços inclusivos** que permitam a expressão autêntica e o desenvolvimento pessoal integral dos jovens, sobretudo periféricos.

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

O autoconhecimento contribui para recriar **a forma de ser e estar no mundo**.





“

O ensino do Criar é uma parada completamente diferente e libertária. [...] Nas oficinas socioculturais da tarde foi a parte que mais mexeu comigo. Aprender uma habilidade técnica dentro do audiovisual ou fora do audiovisual a gente consegue aprender de diversas formas [...]. Ali foi onde eles conseguiram me fazer mergulhar em mim mesmo.

Caio Canine, T14

”

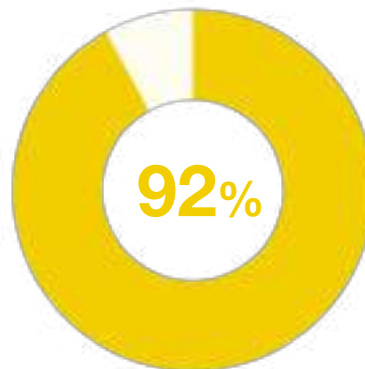
Isso faz com que veteranos valorizem suas experiências e sua educação

A pesquisa revelou que os participantes não apenas **valorizam suas experiências (pessoais e formativas)** no Criar, mas tem camadas de suas **vidas transformadas** pela jornada.

Chama atenção a **mudança significativa na percepção da importância da educação**, indicando compromisso com a **valorização do aprendizado**.

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

Incentivamos que cada um construa sua **estrada de conhecimento**.



dos veteranos **passaram a valorizar sua educação muito mais do que antes**

Pesquisa 2020: 93%

E a formação educativa continua (e é estimulada) após o Criar:

22%

já se desenvolveram profissionalmente através da bolsa de Educação Continuada.



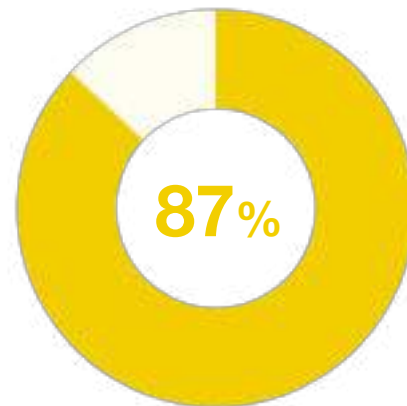
O valor do Criar vem do fato de que, para além da técnica, **o Criar transforma pessoas**

A metodologia pedagógica voltada para a liberdade criativa e os incentivos à experimentação representa uma abordagem inovadora e relevante ao longo da vida.

Ao proporcionar um **ambiente seguro e inclusivo**, onde alunos podem explorar suas ideias e desenvolver suas habilidades sem medo de julgamento, o Instituto não apenas desenvolve competências técnicas, mas também **promove mudanças nas perspectivas de expressão pessoal, autoestima e aprendizado baseado em experiência.**

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

O autoconhecimento contribui para **recrutar a forma de ser e estar no mundo**



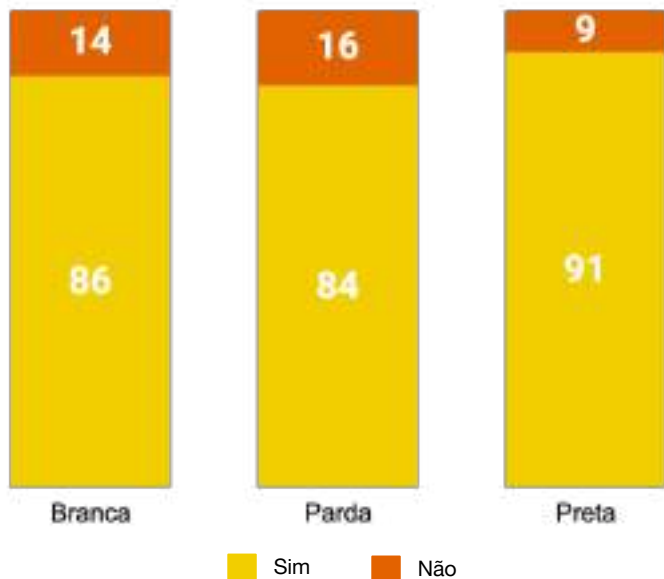
afirmam que **o impacto do Criar na sua formação como pessoa foi ainda maior do que na formação técnica**

Pesquisa 2020: 91%



O Criar cria perspectivas: mais de 90% de pretos veem suas vidas pessoais transformadas

O IMPACTO DO CRIAR NA SUA FORMAÇÃO COMO PESSOA FOI AINDA MAIOR DO QUE NA FORMAÇÃO TÉCNICA | COR/RAÇA



A formação técnica do Instituto é importante porque ela é capaz de objetivamente promover a mobilidade social. **O Criar transforma a vida profissional de seus alunos.**

Mas o Criar vai além da técnica. O aprendizado que veteranos tiveram enquanto alunos se estende para suas vidas porque **a formação no Criar dá perspectivas de vida, para além da esfera do trabalho.**

O reflexo disso é que veteranos concordam que sua formação pessoal foi até mais impactante que a formação técnica. **Esse impacto é geral, mas é maior, principalmente, para os pretos, uma população estruturalmente marginalizada.**



A importância da
autoestima para
**sonhar, criar e
errar**

“

*Acho que eu tinha uma cabeça totalmente fechada para muitas coisas [...], sempre esperando uma ordem, "eu sou empregado e vou apertar o botão aqui, o que me mandarem eu faço". Hoje não. Mesmo se eu sair dessa área, eu vou chegar numa empresa e pode ter certeza de que não vai ser assim [...]. **Vai ter autonomia e horizontalidade, se não tiver eu vou brigar por isso, e se eu não conseguir eu não fico.** É sobre posicionamento, afirmação do meu lugar de homem negro, periférico e aliado.*

Victor Crispim, T7

”

medida de impacto #2

Acreditamos que
existem **muitas formas**
de se estar no mundo.

Não um jeito só.



A pluralidade de saberes e trajetórias se encontram no Criar

O que mais me marcou? A diversidade de jovens. Foi incrível, incrível. Jovens de várias regiões de São Paulo, de várias culturas diferentes, vários jeitos de lidar com as situações.

Talícia Venâncio, T5

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

Aqui, a gente acredita que **todo mundo tem lugar de fala**

As periferias são marcadas por uma **ampla diversidade cultural, espacial e social**, com juventudes que enfrentam múltiplos desafios, muitas vezes vinculados ao seu território, sua configuração familiar e sua cosmovisão.

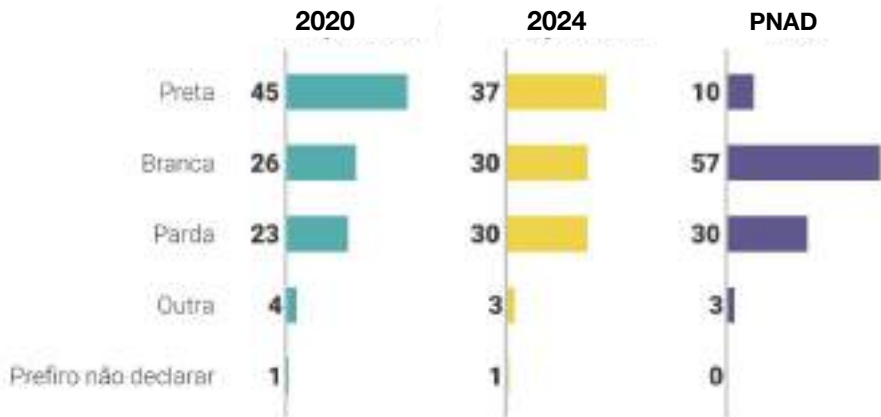
Não existe um único perfil de jovem ou de periferia, mas sim uma multiplicidade de experiências e realidades que se atravessam, se diferenciam e **são acolhidas na abordagem do Instituto Criar**.

De todo modo, é importante reconhecer que muitos jovens transitam entre diferentes marcadores, interesses, crenças e desejos.



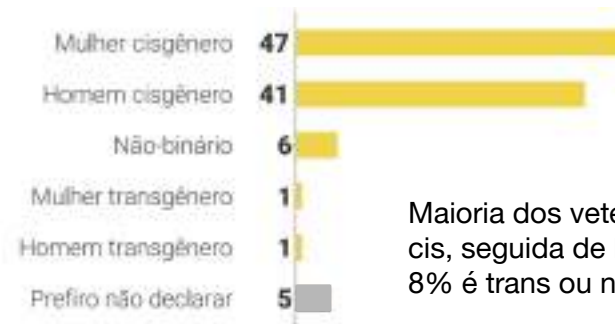
Valorização da diversidade, de **corpos e vivências**

COR/RAÇA DOS VETERANOS



A **proporção de pretos** caiu entre uma rodada e outra, mas continua quase 4 vezes maior que a distribuição da população segundo a PNAD.

GÊNERO DOS VETERANOS



Maioria dos veteranos é mulher cis, seguida de homens cis. 8% é trans ou não binário.

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

Acreditamos que **existem muitas formas de se estar no mundo.**

2% dos veteranos são PCD, 4p.p. a menos que a PNAD. Os tipos de deficiência são psicossocial e física.





*Para mim e para essas pessoas com quem eu consegui conversar e consegui trocar, **entender que existem experiências que são muito próximas à minha, mas outras que são muito distantes**, que pessoas que ali tinham dificuldades, pessoas que tinham só o Criar de apoio, sabe? Então **foi uma experiência muito transformadora nesse sentido.***

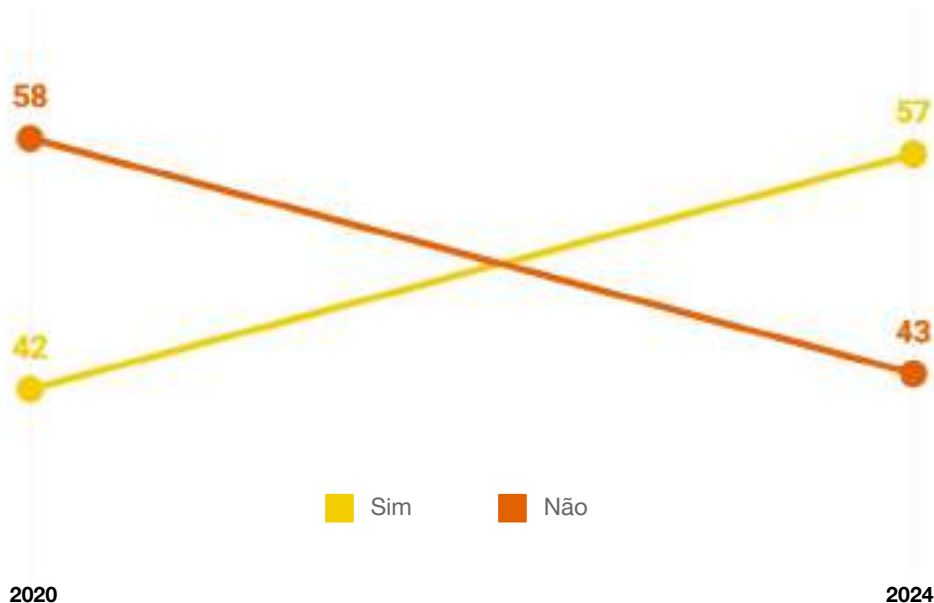
Gleiziele Oliveira, T9



A importância de um ambiente que promove a **troca de experiências e perspectivas, enriquecendo a visão de mundo**

Todos podemos criar: a produção autoral passou a ser majoritária entre os veteranos

DESDE A SUA FORMAÇÃO, VOCÊ REALIZOU ALGUMA PRODUÇÃO AUTORAL?



57% dos veteranos já produziram pelo menos algum projeto autoral após a sua formação no Criar.

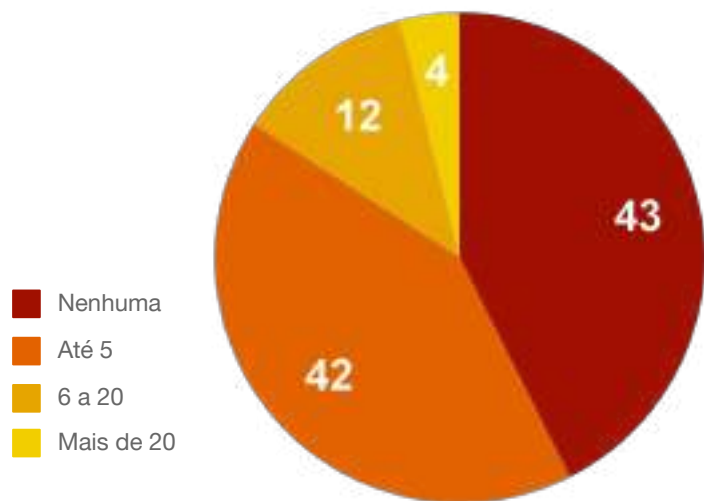
Esse número tem um acréscimo de 15 p.p. em relação à taxa de 2020.

Ainda assim, **43% dos veteranos não realizaram nenhuma produção autoral.**



Criar desde o princípio: aumenta número de produções autorais nas turmas recentes

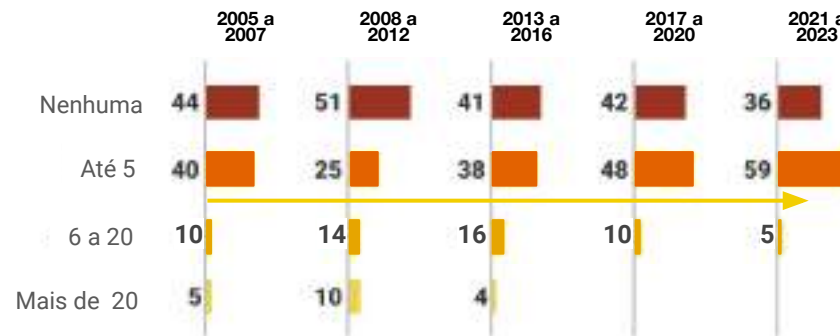
DESDE SUA FORMAÇÃO, QUANTAS PRODUÇÕES AUTORAIS REALIZOU?



Ao menos 42% tem até cinco produções autorais, e 4% já produziu mais de 20 peças autorais.

Produção autoral como regra: têm aumentado o número de formados que têm produção autoral. A diferença entre a turma mais antiga e a mais recente é de 8p.p. e **aponta uma tendência de aumento nas produções feitas pelos veteranos.**

DESDE SUA FORMAÇÃO, QUANTAS PRODUÇÕES AUTORAIS REALIZOU? | TURMA

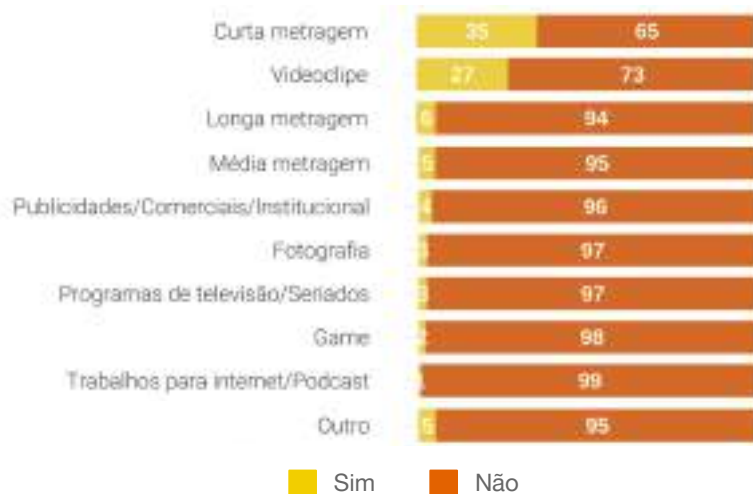


Diversidade de formatos e temas

Curta metragem é o formato mais produzido pelos veteranos (35%), seguido pelos videocliques (27%).

As temáticas são ainda mais diversas: os principais são sobre cultura e arte (21%) e relações afetivas (16%).

FORMATOS DOS PROJETOS AUTORAIS



Base: apenas entre quem realizou produções autorais.

TEMA DO ÚLTIMO PROJETO AUTURAL





*Em 2019 eu dirigi o Bonde, que é um curta metragem que foi co-escrito (pelo) coletivo Gleba do Pêssego, e que **fala sobre essa vivência preta e LGBT de ter que transitar entre o centro da cidade e a periferia [...] para poder existir de forma plena.** E é um filme que mudou muito a minha vida [...]. É um filme que eu me orgulho muito, não só pelos prêmios, mas pelo **impacto que eu sinto que ele teve em muitas pessoas pretas, periféricas e LGBTs.***

Asaph Ágata, Turma 11



A produção autoral coloca o Criar e seus compromissos numa caixa de ressonância



Criatividade *versus* Estabilidade: a diversidade no freelance e no CLT

Os freelancers, que formam a maior parte (38%) dos veteranos, tendem a trabalhar em **cargos mais criativos**.

100% dos roteiristas...

81% dos fotógrafos...

84% dos diretores...

... SÃO FREELANCERS

Já entre os 22% dos veteranos com carteira assinada, **os cargos tendem a ser mais administrativos e técnicos**

70% dos cargos administrativos...

56% dos designers...

55% dos cargos técnicos/ operacionais...

... SÃO CLTs



Menos desemprego e informalidade significa mais **estabilidade para se desenvolver**

De 2020 a 2024, **cresceu em 69% o número de veteranos do Criar que trabalham no setor audiovisual ou de tecnologia com carteira assinada**. Somado ao percentual que trabalha no setor, mas como freelancer, **o desemprego entre ex alunos do Criar diminuiu ao longo dos anos**.

ATUALMENTE, QUAL A SUA CONDIÇÃO PROFISSIONAL PRINCIPAL?



Diversidade de atuação é também ocupar as redes: **80% usa o ambiente digital profissionalmente**

A grande maioria dos veteranos utiliza alguma rede social como forma de atuação profissional e divulgação de serviços.



dos veteranos **utiliza alguma rede social profissionalmente**

REDES SOCIAIS UTILIZADAS PROFISSIONALMENTE



Base: entre quem utiliza alguma rede social profissionalmente.

As redes sociais mais citadas pelos veteranos são Instagram, Whatsapp e LinkedIn. Em contrapartida, redes de vídeos curtos, como TikTok e Kwai, são pouco citadas.

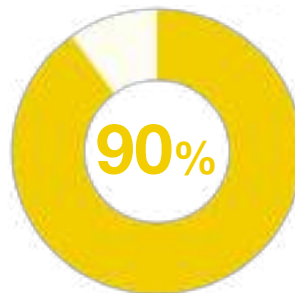


Alternativa recente, **redes sociais** profissionais são **centrais para desempregados e freelas**

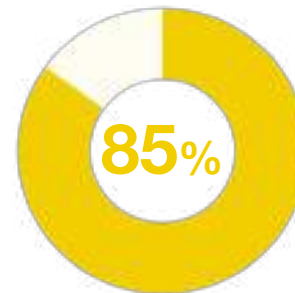
91%

dos **veteranos das turmas mais recentes** usam **redes sociais de forma profissional**, contra 78% dos veteranos das turmas mais antigas.

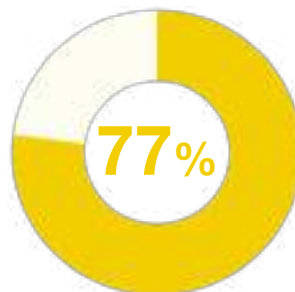
No setor, mas
desempregado



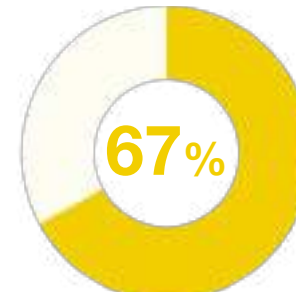
No setor,
como freela



No setor, com
carteira assinada

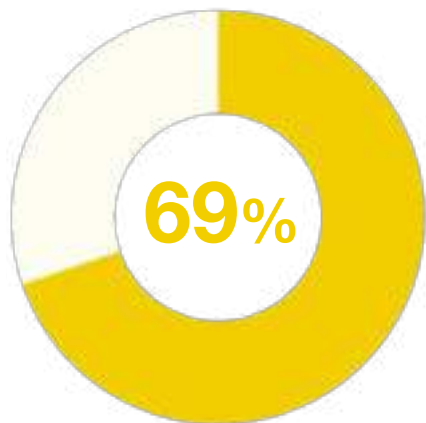


Mudou de setor



Instagram como vitrine: maioria dos perfis de veteranos são profissionais

Dentre os veteranos monitorados nas redes, **quase 70% utilizam o Instagram de maneira profissional.**



dos veteranos **possuem um perfil profissional no Instagram**

*O valor se refere apenas ao Instagram

Dentre esses, **mais de 80% tem predominância de publicações de conteúdo audiovisual**, divulgando o trabalho desenvolvido.

TEMA PRINCIPAL DO PERFIL



Base: apenas entre quem utiliza o Instagram profissionalmente.



Nas redes sociais, as **produções autorais** também se sobressaem

Nas redes sociais, **a grande maioria (89,6%) dos perfis de conteúdo audiovisual divulgam algum tipo de trabalho autoral**.
Dentre as publicações, divulgações de videoclipes, curta-metragens e músicas autorais se destacam.



dos veteranos que estão nas redes sociais **divulgam trabalhos autorais**



medida de impacto #3

Trocas e
compartilhamentos
desenvolvem a gente.
**Apreciamos a
corresponsabilidade,**
ao invés da obrigação.



Arte e território: vínculo e compromisso

A pesquisa demonstra a **ampliação de vínculo dos veteranos com seus territórios de origem**, tanto na perspectiva das narrativas que refletem suas **realidade e as dinâmicas de desigualdade** (quem conta a história, muda a história) quanto na demonstração de **forte compromisso com suas comunidades**, buscando gerar impacto social positivo e criar oportunidades para outras pessoas.

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

A rua, o bairro e a cidade nos pertence.

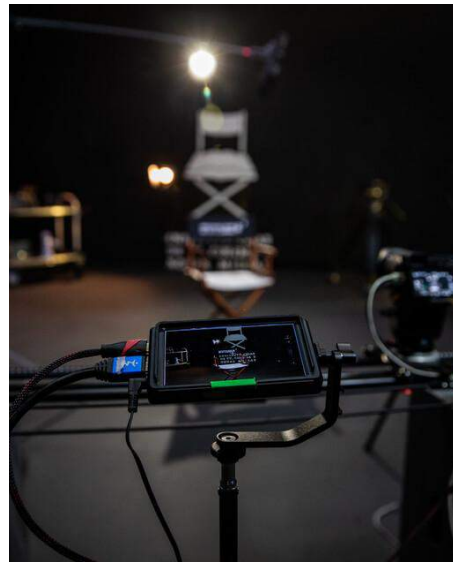
*“Afinal eu moro numa comunidade que tem mais de 100 anos de história e não tem uma história registrada, sabe? Não tem fotografia, não tem vídeo, **então a gente também está fazendo esse trabalho de resgate da memória.**”*

Gleiziele Oliveira, T9



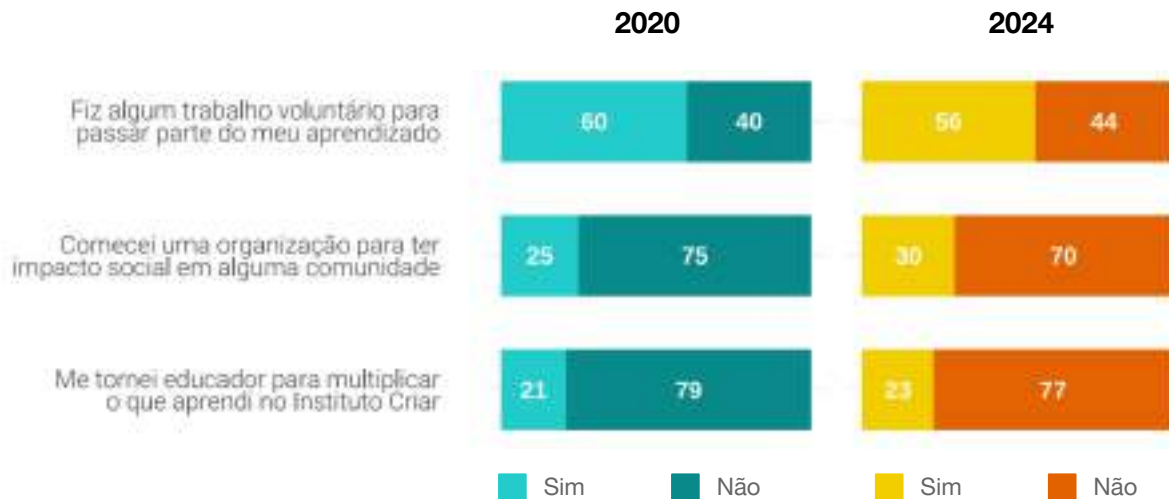
*“Eu tenho o desejo de fazer coisas que tenham a ver com a minha região, **com o meu espaço de pertencimento.**”*

Carol Santos, T18



Quæst

Para além do veterano: o conhecimento e o impacto social são multiplicados na **comunidade**



Mesmo que sem necessariamente se tornarem educadores, 56% dos veteranos realizaram algum trabalho voluntário para passar seu aprendizado.

30% também começaram organizações para gerar impacto social positivo nas comunidades.

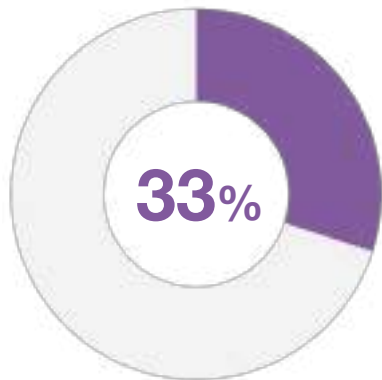
A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

Apreciamos iniciativas de **mobilização comunitária.**



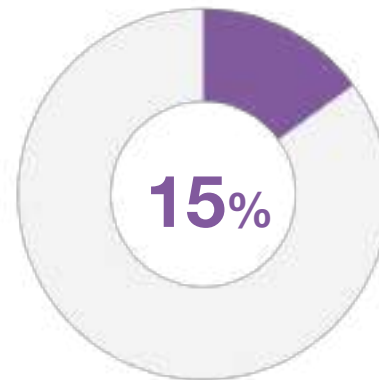
Coletivos culturais despertam interesse da juventude brasileira, mas **minoria participa**

De acordo com o Atlas das Juventudes (2021), a **expressão de produção cultural das juventudes se organiza por meio de grupos e coletivos culturais.**



Um terço dos jovens brasileiros manifesta interesse em participar de grupos culturais.

[Fonte: Brasil \(2013b\), via Atlas das Juventudes \(2021\).](#)



participa ou já participou de grupos culturais.

Grupos culturais são o terceiro maior tipo de coletivo do qual participam jovens – em primeiro lugar são os grupos religiosos (19%), seguidos dos grupos esportivos (6%).

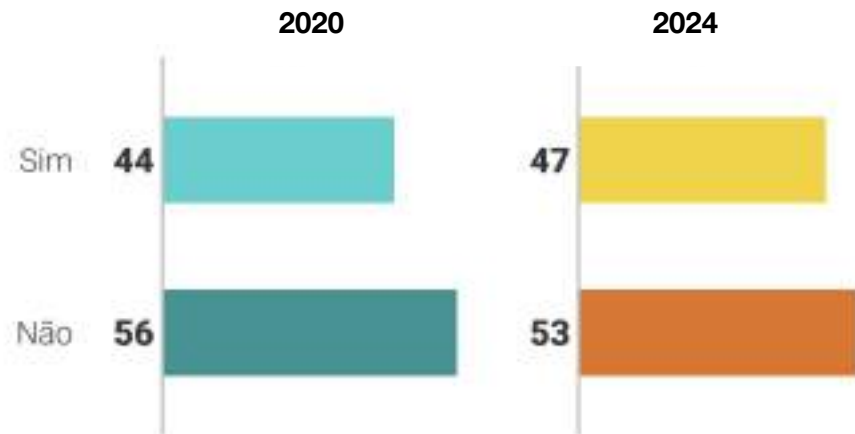


No Criar, o interesse e a participação são maiores

47% dos veteranos já participaram de algum coletivo, sendo que 19% estão atualmente nesses grupos e 28% já participaram em algum momento anterior.

Esse percentual geral é **3 p.p. maior** que em comparação à pesquisa anterior.

DEPOIS DA FORMAÇÃO, VOCÊ CHEGOU A PARTICIPAR DE ALGUM COLETIVO?



A participação em coletivos também é vinculada à geração de renda.

47%

ganharam editais

Pesquisa 2020: 33%
+14 p.p.

48%

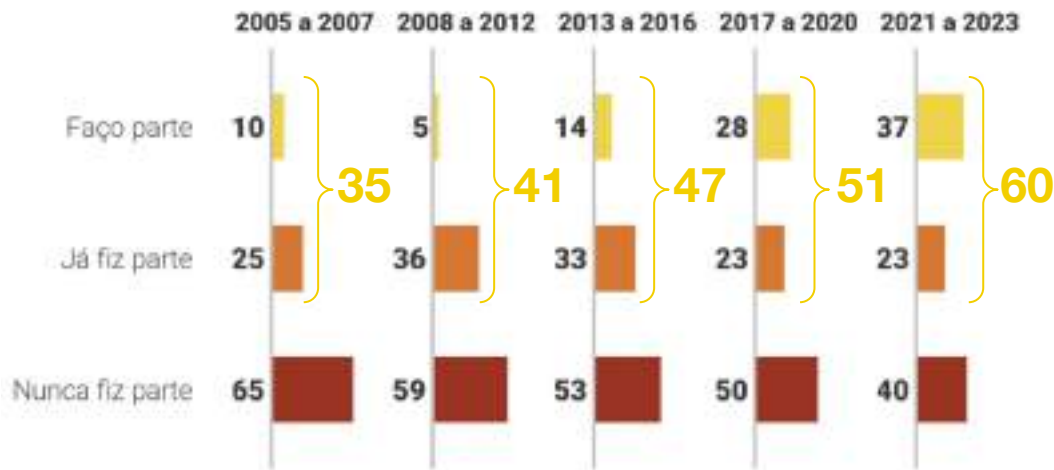
geraram renda

Pesquisa 2020: 34%
+14 p.p.



E são especialmente maiores entre as últimas turmas

DEPOIS DA FORMAÇÃO, VOCÊ CHEGOU A PARTICIPAR DE ALGUM COLETIVO? | TURMA



Atualmente, veteranos formados entre 2021 e 2023 são os que mais participam em coletivos (37%).

Em geral, **quanto mais novas as turmas, maior é a participação nesses grupos.**

Mas para além de quem atua no momento, o percentual de **quem faz ou já fez parte também cresce com as turmas mais recentes: 60% dos veteranos de 2021 a 2023 chegam a se engajar desta forma.**





“ Criar uma sensação de comunidade e de um cinema que pode ser transformador, com propósito, com intenção. Acho que **o Criar me ensinou muito a ter intenção com o que eu faço**. Tanto que **ter equipes diversas** nas produções, estar sempre procurando **fazer uma representação mais digna de corpos dissidentes, que não são muito representados...** Tipo uma consciência de classe, uma consciência racial, uma consciência de gênero, (isso) veio muito durante a época que eu estava no Criar. E aí essa consciência somada à força de trabalho. Como unir essas duas coisas eu sinto que levo comigo até hoje...”

Asaph Ágata, T11



“A gente sai da bolha do Criar, e eu falo isso:
a bolha do Criar é uma bolha de amor, é uma
bolha em que a gente consegue tudo, a gente
pode tudo, e a gente faz muita experimentação.”

Gleiziele Oliveira, T9

medida de impacto #4

Apostamos nas buscas
por novas **formas**
autônomas,
colaborativas e
coletivas de produção
que reinventam as
relações de trabalho.



O Criar é um espaço de acolhimento, mas **o mercado de trabalho não é tão gentil**: os desafios são diversos, principalmente a indivíduos de grupos marginalizados

“

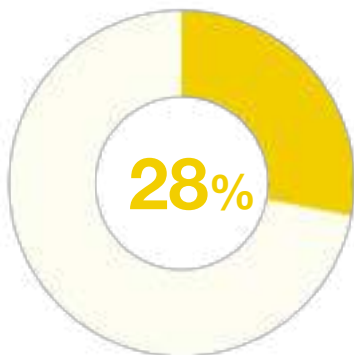
Porque quando a gente sai do Criar a gente não sabe como as pessoas são cruéis [...], a gente sai achando que aprendemos, que sabemos como vai ser, que estamos entrando como estagiária então vão ter pessoas que vão nos acolher, mas não. É você por você mesma, você que ache seu ponto de acolhimento e consiga lidar com todo esse caos que é o audiovisual.

Sarah Caroline, T16

”

Produção autoral com falta de reconhecimento e baixa distribuição

Dentre os 57% dos veteranos que produziram algum projeto autoral desde a sua formação, **apenas 28% (ou 16% de todos os veteranos) receberam algum prêmio pelos seus projetos.**

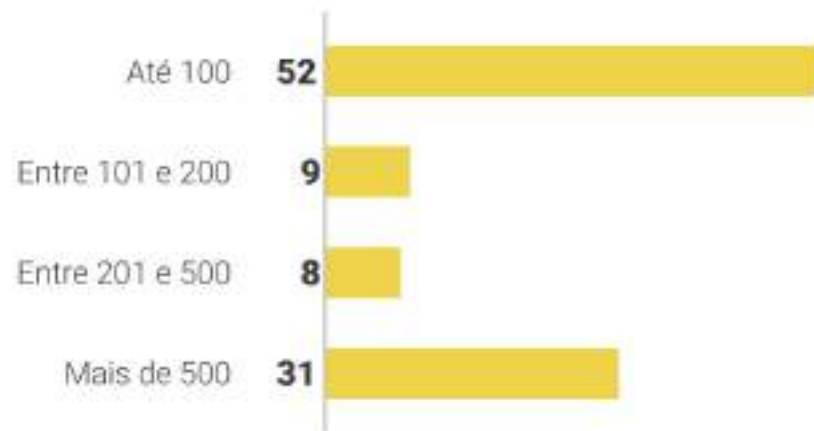


dos veteranos que realizaram alguma produção autoral tiveram algum projeto premiado

Base: apenas entre quem realizou produções autorais.

A distribuição e visibilidade desses projetos também é, em geral, baixa: 52% dos veteranos tiveram projetos com até 100 visualizações.

QUANTAS PESSOAS VIRAM O SEU ÚLTIMO PROJETO AUTURAL?

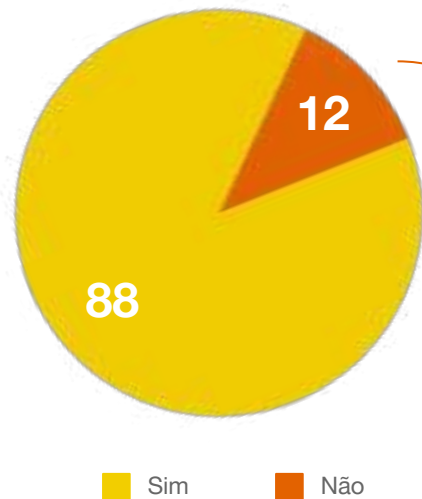


Base: apenas entre quem realizou produções autorais.



O Criar abre portas, mas o mercado de trabalho nem sempre as apresenta

VOCÊ TEVE ALGUM TRABALHO NESSE PRIMEIRO SEMESTRE DE 2024?



A grande maioria dos veteranos do Criar tiveram algum trabalho no primeiro trimestre, mas **a dificuldade de encontrar oportunidades foi fator decisivo para a maioria que não conseguiu.**

ENTRE QUEM NÃO TEVE TRABALHO (12%), POR QUE NÃO?



Base: apenas entre quem não trabalhou no primeiro semestre de 2024.



Desafios de inserção no setor audiovisual são múltiplos

QUAIS SÃO OS MAIORES DESAFIOS PARA CONSEGUIR SE INSERIR NO SETOR?

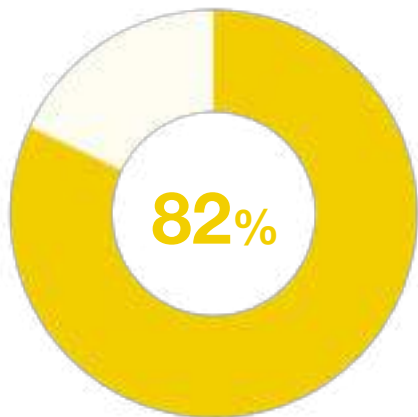
- 59%** acha que o maior desafio é conseguir **expandir a rede de contatos para conseguir trabalhos**
- 42%** acredita que o desafio de inserção está relacionado à necessidade de **capacitação contínua** exigida
- 36%** afirma que o problema do mercado está relacionado à **baixa remuneração** desse mercado
- 33%** é o número de pessoas que têm problemas de inserção por conta dos **equipamentos necessários**
- 33%** afirma que o problema de inserção foi a crise gerada no mercado pela **pandemia**
- 26%** diz que conseguir verba/recursos para projetos autores é um dos maiores desafios

Os desafios são vários e se apresentam de diferentes formas na experiência de cada um, mas mostram como **a inserção nesse meio tem as dificuldades acentuadas por questões socioeconômicas.**

Um mercado de indicações: a empregabilidade no setor está muito relacionada às indicações, **daí a importância de uma rede de contatos bem articulada entre os veteranos.**



Mais uma vez: a importância de contatos e oportunidades



**pretendem continuar trabalhando
no setor audiovisual**

COMO SUA FORMAÇÃO PODE TE AJUDAR/TEM AJUDANDO NA
SUA ATUAÇÃO NO SETOR?



Base: apenas entre quem pretende seguir atuando no setor.

A EDUCAÇÃO QUE ACREDITAMOS

Apostamos nas buscas por **novas formas autônomas, colaborativas e coletivas de produção** que reinventam as relações de trabalho.



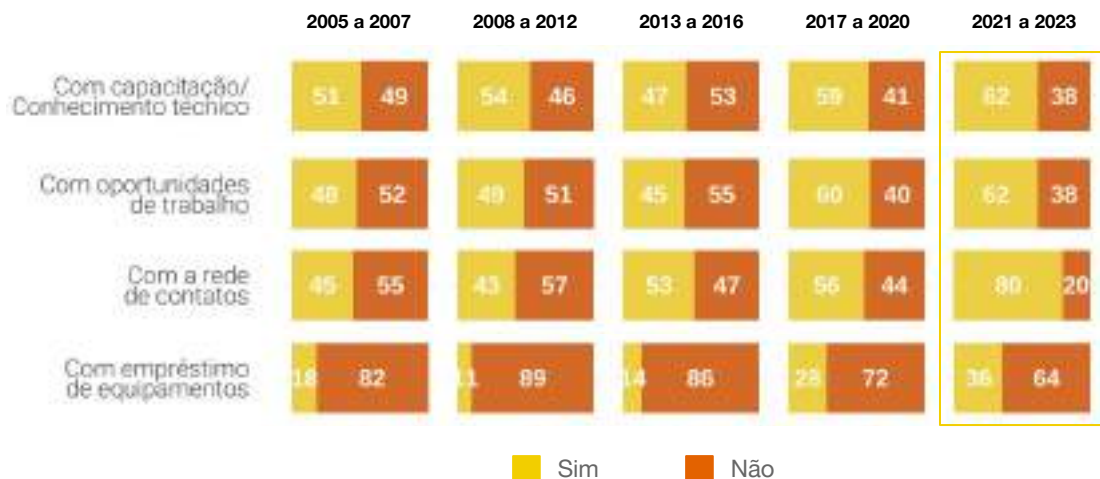


“ Para mim é isso o que eu quero para o futuro,
**ser esse ponto de referência e conseguir
ajudar outras pessoas a chegar no mercado.**
É uma bolha, né, **o audiovisual é uma bolha
bem elitista**, então acho que alcançar essas
posições e conseguir trazer outras pessoas junto
com você é perfeito. ”

João Vitor Araújo, T16

Para turmas mais recentes, a rede de contatos no Criar é fator essencial para atuar no setor

COMO SUA FORMAÇÃO NO CRIAR TE AJUDA NA SUA ATUAÇÃO NO SETOR? | TURMA



É normal que, conforme avancem na carreira, veteranos do Criar dependam cada vez menos do Instituto para atuar no setor, enquanto **alunos que acabaram se de formar veem grande diferença no Criar para construir rede de contatos e ter acesso a oportunidades e equipamentos.**

É aí que os papéis podem se inverter, e **veteranos mais antigos se tornam referência para os mais novos.**



Ser **referência**
para ser um
promotor de
novas
oportunidades

“

*No meu caso, **eu sempre entro em contato com o instituto e peço indicação das pessoas que estão ali dentro para virem trabalhar com a gente.** E eu sempre estive experiências muito positivas de profissionais que passaram em algum momento pelo meu time e que hoje estão em outros lugares e com quem conto inclusive para continuar pegando indicação e puxando para outras coisas também.*

Wally, T6

”

As redes sociais também têm potencial de criar comunidades e gerar oportunidades

VOCÊ JÁ CONSEGUIU UMA OPORTUNIDADE PROFISSIONAL POR
CONTA DA SUA ATUAÇÃO NAS REDES?



Base: apenas entre quem utiliza a internet/redes sociais profissionalmente.

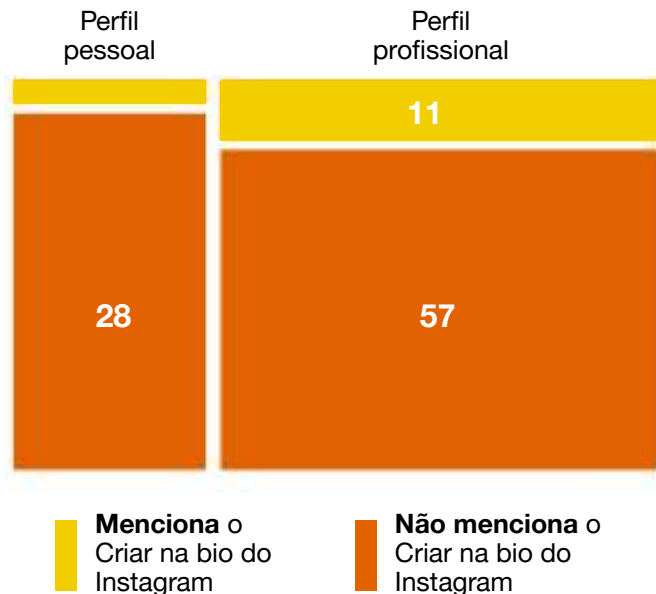
O mercado de trabalho, sobretudo no setor audiovisual, **foi e é continuamente transformado pela expansão e popularização das redes sociais.**

Criar comunidades no ambiente digital tem potencial de **ampliar a visibilidade e potencializar as redes de conexões.**



A identificação da comunidade nas redes pode ajudar a fortalecer as conexões

PERFIS NO INSTAGRAM DE VETERANOS DO CRIAR QUE MENCIONAM O INSTITUTO NA BIO



O sentimento de comunidade fora das redes é notoriamente forte, mas **nas redes sociais apenas uma minoria de veteranos menciona o Instituto Criar na bio de suas contas.**

Entre as contas profissionais, a grande maioria não menciona o Criar, ainda que ressalte a área de formação e atuação.

Na era do digital, fomentar identificação online é tão importante quanto as conexões criadas na formação!



medida de impacto #5

O Audiovisual é um dispositivo que possibilita aos jovens uma experiência formativa e de produção criativa de **transformação de si e do mundo em que vivem.**



Os veteranos sonham com a emancipação financeira

Os dados demonstram que muito embora o percurso formativo seja determinante na trajetória dos jovens que passam pelo Criar, a **estabilidade financeira é o aspecto mais sensível e desejado**.

ONDE VOCÊ SONHA CHEGAR?



O sonho é por **estabilidade, cargos e reconhecimento**

Por mais paradoxal que seja o desejo por estabilidade num ambiente com muitas posições temporárias, os veteranos apontam **recursos financeiros e cargos específicos** como seus principais sonhos.

ONDE VOCÊ SONHA CHEGAR?



À procura do sucesso: apenas 18% se consideram bem sucedidos

18% dos veteranos se consideram pessoas bem sucedidas hoje.

Um pouco mais de um quarto afirmam que falta pouco para chegarem ao sucesso, enquanto 45% dizem ainda faltar muito.

6% dizem não ser bem sucedidos e 3% não se preocupam com o sucesso.

VOCÊ SE CONSIDERA UMA PESSOA DE SUCESSO?



Base: apenas entre quem trabalha de carteira assinada ou como freelancer no setor.



O sucesso pode demorar, mas ele chega



*Base: apenas entre quem trabalha de carteira assinada ou como freelancer no setor

Enquanto **86% dos veteranos da turma mais recente afirmam não serem bem sucedidos ou que ainda falta muito**, o percentual cai para 24% entre veteranos da turma mais antiga.

Entre esses, da turma 05-07, cerca de **3 em cada 4 reconhecem que já são bem sucedidos ou que falta muito pouco para isso**.



E o que é ser bem sucedido? É ser referência e gerar impacto social

Segundo os veteranos, uma pessoa do audiovisual ou tecnologia bem sucedida é uma **pessoa profissionalmente reconhecida na área**.

A geração de impacto social positivo também é uma marca do sucesso para 17% dos veteranos.

A estabilidade financeira, entretanto, não está relacionada ao sucesso. Isso mostra que **o sonho por emancipação financeira dos veteranos é uma questão mais essencial**.

Os veteranos sonham com a estabilidade financeira não pelo sucesso, mas pela dignidade.

O QUE É SER BEM SUCEDIDO NO SETOR? (RM)



Base: entre todos os respondentes.

Sim

Não



Ao fim e ao cabo,
**o Criar cumpre com os
seus compromissos?**

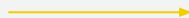




O Instituto Criar **cumpre com os compromissos** do seu manifesto

#1

Reconhecemos os **diferentes saberes como cultura**



Veteranos reconhecem a **educação do Criar como transformadora** em níveis pessoais e coletivos e **passam a valorizar mais suas experiências e trajetórias de aprendizado**

#2

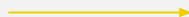
Acreditamos que existem **muitas formas de se estar no mundo.**



O Criar **promove a diversidade** tanto de origens quanto de possibilidades de futuro, **reduzindo desigualdades e favorecendo formações mais ricas de perspectivas e visões de mundo**

#3

Trocas e compartilhamentos desenvolvem a gente. **Apreciamos a corresponsabilidade**, ao invés da obrigação.



O Criar **fortalece os vínculos de seus alunos com suas comunidades e territórios**, empoderando não apenas indivíduos como também grupos e coletivos

#4

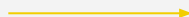
Apostamos nas buscas por novas formas autônomas, colaborativas e **coletivas** de produção.



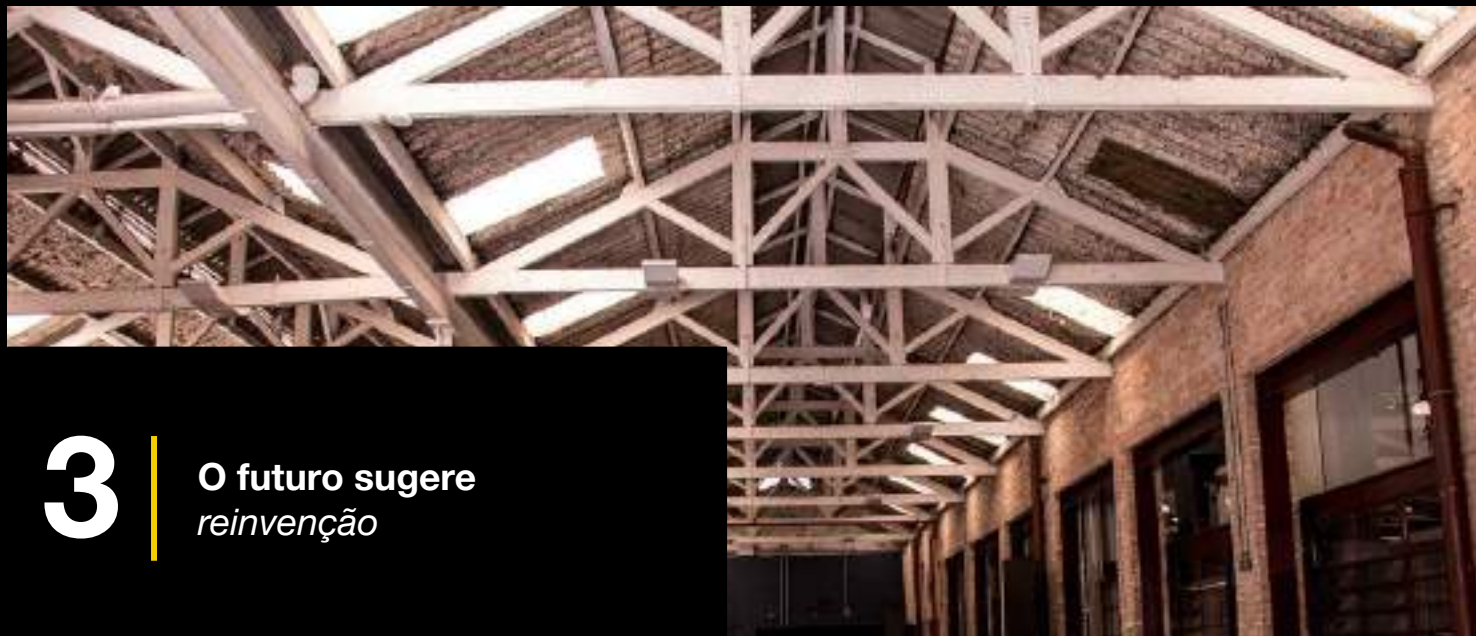
Apesar das dificuldades do mercado do audiovisual, **veteranos buscam ser referência e facilitar a inserção de quem está começando** no setor

#5

O audiovisual possibilita a experiência formativa e de produção criativa de **transformação de si e do mundo em que vivem.**



Veteranos entendem **o sucesso como ser referência e gerar impacto social**, promovendo um **ecossistema de transformação educativa do Criar**



3

O futuro sugere
reinvenção



A educação que acreditamos

*Ninguém está pronto
nunca.*

A vida é uma jornada de
**aprendizagem
constante.**



20 anos de conquistas e um futuro de oportunidades

Depois de 20 anos de atuação, o Instituto Criar pode celebrar inúmeras conquistas.

A pesquisa demonstra **incontestáveis resultados positivos gerados na vida dos veteranos**, tanto em termos de mobilidade social e financeira quanto no desenvolvimento de suas carreiras no mercado audiovisual.

Esses resultados não se restringem à dimensão individual e **se desdobram em transformações positivas nas comunidades e famílias** desses alunos e veteranos.



E quanto ao futuro?

Parte dos veteranos acredita na reinvenção do Criar

EM RELAÇÃO AO FUTURO, VOCÊ ACHA QUE O CRIAR DEVERIA...



Cerca de um terço dos veteranos acreditam que o Criar deveria continuar exatamente como está hoje.

Porém, **38% pedem por reinvenção.**

27% dos veteranos não souberam opinar em relação ao futuro do Instituto.



Os veteranos propõem expansão: disseminar o modelo Criar e integrar com o digital

QUAIS MUDANÇAS O CRIAR DEVERIA APLICAR? (RM)



Base: apenas entre quem acredita que o Criar deveria se reinventar.

Ainda que não formem uma maioria, os veteranos pensam na reinvenção do Instituto e sugerem que a **disseminação da metodologia e o fomento de outras instituições** façam trabalhos semelhantes como caminhos para o futuro.

Os veteranos também chamam a atenção para a necessidade de **investir no ambiente digital** e de expandir o atendimento do instituto a mais pessoas.





4

**Apontamentos e
conclusões**
como nossa tomada final



Apontamentos e conclusões como nossa tomada final

- O Instituto Criar possibilita a superação de desigualdades que começa pela melhoria na qualidade de vida. 60% dos veteranos não moram na mesma casa de quando eram estudantes. 88% mudaram-se para um lugar melhor.
- Ainda assim, a redução de desigualdades é um processo de longo prazo, com turmas mais antigas demonstrando maior impacto transformativo que os veteranos das turmas mais recentes.
- Porém, nem tudo são flores. No setor, o racismo estrutural é também evidente: a ascensão social é mais rápida para brancos do que para pretos e pardos.
- Ações de permanência, como a bolsa do Criar, são essenciais para a garantia da permanência de 77% dos alunos, dos quais 70% não teriam continuado sem ela. A bolsa também auxilia na renda familiar dos veteranos. O empréstimo de equipamentos e a locação de espaços geram renda e oportunidades para os ex-alunos.
- Para avaliar o impacto causal do Criar, utilizamos a técnica de *matching*, comparando a renda dos veteranos com a de pessoas de perfil semelhante que nunca participaram do Instituto. Os resultados indicam que ser aluno do Criar aumenta a renda média per capita em R\$1.147,00.
- **O resultado é que o Instituto Criar transforma vidas, causando um impacto real e significativo na trajetória dos seus ex-alunos: pessoas periféricas, de renda baixa, e diversas em relação a cor e gênero.**



Apontamentos e conclusões como nossa tomada final

Para mensurar o impacto do Instituto Criar para além do socioeconômico, nos baseamos em seu compromisso público expresso no manifesto "A educação que queremos". **Identificamos cinco medidas de impacto que serviram como critérios de avaliação ao longo do relatório.** O resultado é que:

- O Instituto Criar cumpre seu compromisso público conforme avaliado. **A educação oferecida pelo Criar é reconhecida por veteranos como um agente de mudança tanto no âmbito individual quanto coletivo, enaltecendo suas vivências e caminhos educacionais.**
- **O Criar promove a diversidade de origens e possibilidades futuras,** contribuindo para a diminuição de desigualdades e proporcionando um aprendizado enriquecido por diversas perspectivas. **Reforça a conexão dos estudantes com suas comunidades, promovendo o fortalecimento de pessoas e coletividades.**
- Apesar das dificuldades do mercado audiovisual, **veteranos buscam ser referência e facilitar a inserção de novos alunos.** Veem o sucesso não apenas como alcançar reconhecimento, mas também como causar um impacto social positivo, fomentando um ambiente de mudança educacional no Criar.



Apontamentos e conclusões como nossa tomada final

Ou seja, **o Criar cumpre com seus compromissos públicos ao transformar a vidas dos seus veteranos**. Nada disso implica, entretanto, que a missão do instituto esteja finalizada. Ao contrário, **processos transformativos levam tempo e há muitas formas de melhorar o bom trabalho que está sendo feito**. Nossas sugestões passam por:

- **Criar rede com produtoras e estúdios** para fomentar diversidade na área por meio de contratações.
- Por meio do advocacy, **transmitir a capacidade de transformar os marcadores sociais da diferença** e suas intersecções, além de envolver o setor industrial nesse processo.
- Oferta de **formação continuada**.
- **Intercâmbio cultural e internacionalização**.
- **Patrocinar e estimular as experiências emergentes/autorais** através da promoção de festivais.
- Aprimorar e intensificar o uso de um **canal próprio como meio para apresentação e valorização**.
- **Compartilhamento de práticas metodológicas** entre diferentes instituições e organizações similares.
- **Fortalecer e desenvolver comunidades autogestionadas** (fellows / alumni como no exemplo da [EGV](#) e [Harvard](#)).



Apontamentos e conclusões como nossa tomada final

- **Nossa análise é contundente em apontar o impacto transformativo do Criar na vida pessoal e profissional dos veteranos** que passaram pelo Instituto, mas como próximos passos deste trabalho **cabe entender melhor qual é o impacto dos veteranos na produção do mercado** audiovisual e de tecnologia;
- Para tal, para aprofundar nossas análises e dar conta de compreender o impacto dos veteranos do Criar no mercado destes setores, **outras técnicas podem ser empregadas para a coleta de informações** que dê conta de captar tal impacto. Dentre elas, sugerimos:
 - A coleta de **quais produções os veteranos contribuíram** de alguma forma;
 - E **de que forma eles contribuíram**;
 - E **qual o alcance destas produções**.
- Com estas informações poderemos, de forma causal:
 - **Entender como o Criar tem um impacto que se coloca numa caixa de ressonância maior na sociedade** em comparação às produções sem veteranos do Criar,
 - **E entender o papel dos veteranos nestas mensagens**, seja em relação ao conteúdo ou forma.





quaest.com.br



contato@quaest.com.br



[quaestpesquisa](https://www.facebook.com/quaestpesquisa)



[quaestpesquisa](https://www.instagram.com/quaestpesquisa)



[quaestpesquisa](https://www.linkedin.com/company/quaestpesquisa)



[quaestpesquisa](https://twitter.com/quaestpesquisa)