

## **Patrimônio Imaterial e Diversidade: a Transculturalidade Dentro do Território Criativo de Bauru.** <sup>1</sup>

*Stella Sanches*<sup>2</sup>

### **Resumo**

Economia Criativa é um tema que vem sendo muito discutido em todo o mundo, a respeito de sua capacidade de promover o desenvolvimento econômico, social e cultural. Fomentando-se a economia que tem como insumo primário a criatividade, é possível integrar as diversas culturas através do diálogo intercultural, o qual é sustentado pelas linguagens artísticas, pelas manifestações tradicionais dos povos, através das mídias e também das inovações técnicas funcionais. Tendo-se como base as matrizes culturais do Brasil: indígena, africana e lusitana, estuda-se a transculturalidade a partir das manifestações tradicionais de cada comunidade em foco, e a importância da preservação dos patrimônios imateriais culturais e da transmissão de conhecimento via oral presente na gestão de tais informações<sup>3</sup>.

**Palavras-chave:** Economia Criativa; transculturalidade; patrimônio imaterial; gestão do conhecimento.

### **Economia Criativa como Forma de Desenvolvimento**

Criatividade e economia não são novidades, na verdade a novidade está na natureza e extensão da relação entre eles, e como juntos combinam a criação de valor e riqueza extraordinários (HOWKINS, 2001).

Um termo novo, e com muito a ser explorado, Economia Criativa concretiza a previsão de Winston Churchill, que há muitas décadas percebeu que os impérios do futuro seriam os impérios da mente<sup>4</sup>. Tal área da economia, que possui como insumos primários cultura, criatividade e capital intelectual<sup>5</sup>, foi citada pela primeira vez por Howkins (2001).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XIV Congresso Internacional de Relações Públicas e Comunicação, realizado em Salvador, Bahia, Brasil, dias 22, 23 e 24 de outubro de 2014.

<sup>2</sup> Aluna do 3º ano do curso de Comunicação Social- Relações Públicas da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

<sup>3</sup> Artigo baseado no projeto de pesquisa de iniciação científica fomentado pela FAPESP e orientado pelo Professor Doutor Juarez Tadeu de Paula Xavier.

<sup>4</sup> RESTREPO, Felipe Buitrago; MÁRQUEZ, Iván Duque. La Economía Naranja: una oportunidad infinita. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo, 2013.

<sup>5</sup> SEBRAE. Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa. Brasília, 2012.

Abrangendo diversas áreas da indústria criativa, desde as artes até a ciência, e a tecnologia, em 2000, a economia criativa movimentou 2,2 trilhões de dólares americanos no mundo todo, com crescimento anual de 5%. A utilização de Indústrias Criativas como termo-chave foi iniciada na Austrália em sua política cultural nacional<sup>6</sup>, referindo-se aos bens e serviços da indústria cultural. Em outras palavras, tudo o que é produzido e consumido, e advém de elementos simbólicos ou de expressividade, assim como da inovação, está dentro das chamadas Indústrias Criativas<sup>7</sup>.

Como descrito no Relatório de Economia Criativa de 2013 da UNESCO, há um paradoxo que envolve a efetividade das Indústrias Criativas. Existe um antigo preconceito referente à relação entre cultura e capitalismo, haja vista que a globalização ameaça a ocorrência da homogeneização cultural global, logo, se descartava a possibilidade de união entre economia e cultura. “Em resumo, Economia Criativa é um conceito amplo e em evolução que está ganhando terreno no novo pensamento econômico” (SANTOS-DUISENBERG, E., 2008, p. 58). É por isso que se caracteriza como um tema muito atual e que deve ser estruturado pelos governos nacionais. No Brasil, a Secretaria da Economia Criativa foi criada pelo Decreto 7743 de 1º de junho de 2012, e atua sob o plano de:

(...) Construir uma nova alternativa de desenvolvimento, fundamentada na diversidade cultural, na inclusão social, na inovação e na sustentabilidade. Elege a Economia Criativa como um eixo de desenvolvimento do Estado brasileiro (SEC, 2012, p. 45).

Atentando-se a dados baseados no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, observa-se que no ano de 2010, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os setores criativos do país movimentaram a economia em valores maiores que a indústria extrativa (R\$78,77 bilhões) e a produção e distribuição de eletricidade, gás, água, esgoto e limpeza urbana (R\$ 103,24 bilhões)<sup>8</sup>. Em porcentagem, o valor de R\$ 104,37 bilhões movimentados pelos criativos brasileiros, refere-se a 2,84% do PIB. Tais

---

<sup>6</sup> UNCTAD; PNUD. Creative Economy Report 2013- Special Edition: Widening Local Development Pathways. New York, 2013.

<sup>7</sup> Indústrias Criativas se refere ao mercado de consumo dos produtos que se utilizam da cultura e da criatividade e o termo se encontra dentro da Economia Criativa, a qual é mais ampla.

<sup>8</sup> Dados do IBGE retirados do Plano da Secretaria da Economia Criativa (p.31).

dados são animadores para a produção criativa brasileira, entretanto, deve-se lembrar da grande produção informal existente no Brasil, que ainda está fora das estatísticas de desenvolvimento e da exportação do país, e caracteriza apenas 0,3% do valor total exportado pelo mundo<sup>9</sup>.

No modelo da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o foco é no processo desenvolvido pela produção cultural e criativa. Estuda-se a criação, a produção, a difusão/distribuição e o consumo/fruição de tudo o que é criado e pode ser veiculado pelas organizações. Estão incluídos em tal definição os campos de produção artísticos, midiáticos, de inovações tecnológicas e de patrimônio histórico cultural. Segundo dados (figura 1) as subdivisões de modo detalhado são, entrando na área de patrimônios, área de foco da pesquisa em questão, os sítios culturais e as manifestações tradicionais, o que já divide entre as partes específicas de patrimônios materiais e os imateriais. As artes englobam tanto a área das cênicas, com criações interpretadas pelos artistas, quanto às artes visuais. Dentro das mídias, estão o audiovisual, onde entra a produção cinematográfica, curtas-metragem e outros tipos de animação gráfica, e também as mídias impressas que são diagramadas, e assim também utilizam da criatividade. Então, a última área, subdividida em três partes, caracteriza as criações funcionais, ligadas à tecnologia e à inovação, abrangendo design, que pode ser gráfico, de moda, novas mídias e, todos os tipos de serviços criativos.

---

<sup>9</sup> MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, 2011.

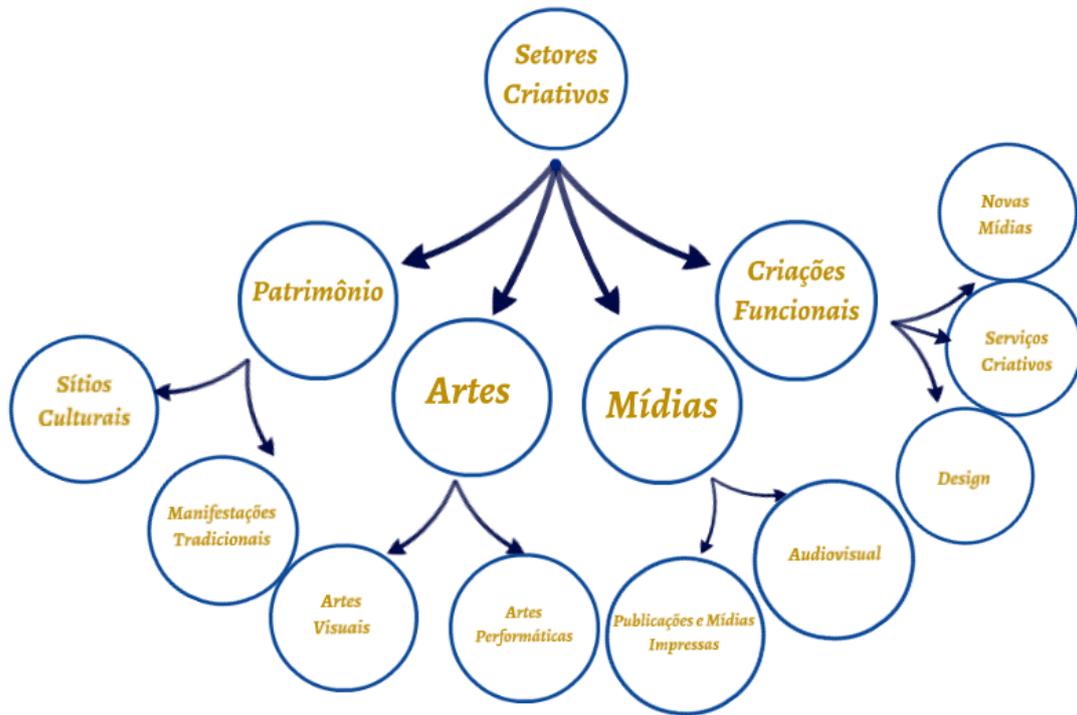


Figura 1: Divisão das áreas da Economia Criativa

Fonte: Plano da Secretaria de Economia Criativa, 2011-2014.

“Estudos da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) apontam que para cada emprego gerado no núcleo criativo, há um efeito multiplicador para os outros segmentos da cadeia produtiva”<sup>10</sup>. Contabilizados nos motivos pelos quais os estudos na área da Economia Criativa são importantes para o desenvolvimento econômico, social e cultural no Brasil o no mundo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) aponta como relevantes:

- Produção não poluente.
- Inovação tecnológica.
- Fortemente vinculada às características regionais e locais.

<sup>10</sup> SEBRAE. Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa. Brasília, 2012.



- Gera emprego e renda.
- Gera tributos – impostos, taxas e contribuições.
- Estimula novas qualificações profissionais.
- Alimenta a economia associada a outros segmentos produtivos.
- Promove a inclusão social e o reforço da cidadania.
- Promove a diversidade e o respeito.

Como apontam os dados (figura 2), a magnitude do campo de estudos, e o quanto uma boa política nacional, tendo em vista a abrangência da diversidade cultural e social brasileira, tem a capacidade de gerar renda e inclusão. Cabe destacar no presente estudo, a dimensão Multidisciplinar da Economia Criativa. A criatividade está presente em inúmeras áreas do saber, e tem a capacidade de complementá-las. Dessa forma, cria-se uma rede, na qual a criatividade gera empregos, que sustentam o desenvolvimento, o qual amplia a economia, que melhora os modos de vida da população, e assim nasce uma interligação suplementada em si mesma.



Figura 2: Dimensões da Economia Criativa

Fonte: Itaú Cultural, 2008.

### **Proteção e Promoção do Patrimônio Cultural Imaterial**

Patrimônio Imaterial de uma cultura é o que revela o verdadeiro valor de um povo, por mostrar o que foi adquirido através de conhecimento próprio e transmitido durante gerações. Por ser uma sabedoria viva que se encontra em constante alteração devido aos fatores externos que os influenciam, possui valor criativo de natureza simbólica além de caracterizar área essencial da Economia Criativa<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, 2011.

Todas as demonstrações que evidenciam o modo de aprendizado e de expressão de um povo são únicas de cada cultura, portanto são reveladores da riqueza contida na diversidade cultural. Sabendo disso, foi criado o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) no ano de 1937, pela Lei nº 378 durante o governo de Getúlio Vargas. No início deu-se ênfase somente para a preservação do que é denominado Patrimônio Histórico Material, que se caracteriza pela tangibilidade do que se deve manter, como sítios arqueológicos e monumentos. No ano de 1988 decretou-se uma Constituição Federal que impôs a preservação também do que revela a história, porém não se pode tocar, que são os Patrimônios Históricos Imateriais<sup>12</sup>.

Para melhor exemplificar são considerados patrimônios imateriais, danças, composições musicais, artes cênicas, artesanato, rituais religiosos e outros. Tudo o que não é palpável, porém faz parte da herança cultural dos povos<sup>13</sup> está dentro da definição nacional do que deve ser preservado. Todos esses meios de expressão trazem hábitos ancestrais que definem a identidade de cada civilização. O sujeito sociológico é aquele que possui um centro interior que define quem ele é, porém, há uma parte externa do sujeito que se molda de acordo com os contatos feitos durante sua vida. Assim, como diz Hall (1992), a identidade é formada, no âmbito sociológico, por aquilo que é vivido por um indivíduo ou grupo. É essa identidade que é expressa através dos patrimônios imateriais, a qual se criou a partir de muitas gerações, e influencia a quem é demonstrada.

Um forte gerador econômico que está ligado de forma íntima à Economia Criativa e principalmente ao Patrimônio Cultural nacional ou regional é o Turismo. “Adicionalmente, as indústrias criativas podem reforçar a cultura como valores e

---

<sup>12</sup> INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Patrimônio Imaterial. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginaIphan>> acesso em 20/12/2013 às 14h30.

<sup>13</sup> UNESCO. Intangible Heritage. Disponível em: <[http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL\\_ID=34325&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=34325&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)> acesso em 20/12/2013 às 15h20.

tradições que identificam uma comunidade ou nação. Além do papel de coesão social e inclusão, este reforço tem o potencial de gerar atratividade turística” (OLIVEIRA, J. M., ARAUJO, B. C., SILVA, L. V., p. 8, 2013). Desse modo, implementar a mostra das diversas expressões culturais que compõem uma nação, como é o caso do Brasil e suas diversas regiões, significa trazer o diferente à tona e aproximá-lo do que é comum.

Segundo o Ministério do Turismo do Brasil, o faturamento do turismo considerado nas áreas diretamente ligadas ao mesmo, aumenta a cada ano. Dados do ministério mostram (figura 3) a diferença em porcentagem do terceiro trimestre de 2012 comparada ao terceiro trimestre de 2013, e evidencia um aumento considerável. Com o investimento no turismo, é gerada para uma cidade, região e até um país uma movimentação integrada a diversos setores da economia, principalmente o comércio. O incentivo à manutenção e exposição das formas de expressão dos povos tradicionais brasileiros, pode ser integrada como uma atração a mais para turistas nacionais e internacionais. Tal ideia está de acordo com o Plano Aquarela 2020 do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), que incluiu no seu planejamento do chamado Decálogo Brasil, os tópicos da Cultura Viva que são: festa e música, patrimônios históricos e patrimônios da humanidade e arte popular<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup>MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Aquarela 2020: Marketing Turístico Internacional do Brasil. Brasília: Embratur, 2013.



Figura 3: Variação do faturamento do turismo entre 2012 e 2013.

Fonte: Boletim de Desempenho Econômico do Turismo Out-2013.

O investimento no turismo, portanto, é um esforço na manutenção e respeito à diversidade cultural e uma superação à globalização perversa, como avaliou Santos (2001), que homogeneiza os desejos de ter e de ser da população mundial em geral, fazendo com que se esqueçam das suas raízes. O que é ensinado nas escolas e comunicado nas mídias, que está de acordo com a ideologia vigente nos países hegemônicos, faz com que a população se aproprie de uma cultura mundial e se esqueça da local.

### **Diversidade Cultural e Transculturalidade**

Os patrimônios culturais de uma nação devem ser preservados para que a história oral, o modo de expressão e a tradição transmitida de geração em geração seja

conservada<sup>15</sup>. Uma nação que é formada principalmente pelas raízes africana, indígena e europeia<sup>16</sup> dispõe de rico acervo em termos de cultura, incluindo rituais, religiões, danças, artesanato e outros modos de expressão de sua identidade, e este é um dos motivos pelos quais a UNESCO, em 2007, realizou a Convenção sobre a proteção e a promoção da Diversidade das Expressões Culturais. Partindo-se da definição:

"Diversidade cultural refere-se à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. Tais expressões são transmitidas entre e dentro dos grupos e sociedades. A diversidade cultural se manifesta não apenas nas variadas formas pelas quais se expressa, se enriquece e se transmite o patrimônio cultural da humanidade mediante a variedade das expressões culturais, mas também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados." (p.4).

Unindo-se entidades públicas, privadas, sem fins lucrativos, e principalmente a sociedade civil, prezando sempre pela manutenção dos direitos humanos e com foco na liberdade de expressão, informação e comunicação, propõe-se alcançar a equidade entre os diversos modos de expressão, o pluralismo construtivo, o acesso ao consumo de todos os modos de expressão cultural.

A relevância do tema se encaixa perfeitamente ao Brasil e à Economia Criativa devido à prioridade da UNESCO em fomentar políticas públicas, e um fundo internacional para a diversidade cultural em países em desenvolvimento, assim como promover o respeito e a cooperação de países desenvolvidos para com os países ainda no processo, e que veem uma boa oportunidade de crescimento econômico e social através da criação e da diversidade<sup>17</sup>.

Diante disso, tem-se um multiculturalismo pluralista, o qual "avaliza diferenças grupais em termos culturais e concede direitos de grupo distintos a diferentes comunidades dentro de uma ordem política comunitária ou mais comunal." (HALL,

---

<sup>15</sup>INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Patrimônio Imaterial. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginaIphan>>

<sup>16</sup>RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro: A formação e o sentido do Brasil. 2ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

<sup>17</sup> UNESCO. Convenção sobre a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais. 2005. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>> acesso em 22/12/2013 às 16h.

2011, p.52). Tal sociedade multicultural pede uma política de preservação e a participação da comunidade, que deve obter o conhecimento necessário para lidar com diferentes culturas, através da diversidade na mídia e na educação. Outro conceito importante que se encaixa ao cenário a ser estudado, é a transculturalidade. Segundo Ortiz (1995), principalmente através dos processos de colonização e de imperialismo, as culturas que entraram em contato e permaneceram convivendo juntas, como é o caso dos africanos e dos espanhóis em Cuba, onde foi feito tal estudo, não só dialogam entre si, mas também se misturam. O autor cubano constatou que em um espaço de trabalho coercitivo como foi a época da escravatura, os processos de dar e receber entre as culturas são muito grandes. Destaca-se nesse caso, a criatividade das culturas mais tradicionais, que imperam, como as danças, músicas, instrumentos e artes praticadas pela cultura africana. No caso de Cuba, que tem elementos comuns ao caso do Brasil, a imposição dos colonizadores europeus falhou sobre os africanos, prevalecendo, de forma clara, os costumes e hábitos negros.

### **Território Criativo de Bauru**

Segundo o decreto número 5.349 de 18 de outubro de 1904, estabeleceu-se que a Companhia de Estradas de Ferro Noroeste do Brasil teria seu trajeto iniciado na então Vila de Bauru<sup>18</sup>. Diante de tal privilégio para a cidade que crescia no centro-oeste do estado de São Paulo, tornou-se pioneira na região ao formar a rede de informação entre cidades como Sorocaba, São Paulo e Avaiá, e seus respectivos povos habitantes através do meio técnico-científico das ferrovias, como apresenta Santos (2006). Mesmo criando conflitos, principalmente com tribos indígenas, a construção da ferrovia trouxe inovação e compartilhamento de conhecimento a partir da tecnologia instalada. Sendo uma cidade que cresceu com a força do comércio, o qual é o principal fator econômico na cidade desde 1910 e se faz presente ainda hoje<sup>19</sup>, é um fato histórico que se fortalece com o investimento no turismo e nos patrimônios históricos da cidade. A preservação de construções que possuem valor simbólico para o centro comercial da cidade, assim

---

<sup>18</sup>PREFEITURA DE BAURU. Primeiro tempos da nossa Bauru. Bauru: Prefeitura Municipal.

<sup>19</sup>VIVENDO BAURU. Comércio. Disponível em:

<<http://www.vivendobauru.com.br/economia/comercio>> acesso em 06/01/2014 às 14h.

como a manifestação das expressões de culturas tradicionais da região, atraem turistas para o município. O turismo gera a movimentação da economia, principalmente do comércio de serviços e produtos, servindo como um benefício para toda a cidade e seu desenvolvimento. O território criativo de Bauru é rico em inovação, história e diversidade, com a confluência de povos brancos que trouxeram o desenvolvimento para o oeste paulista com o cultivo do café e suas fazendas. Como consequência, os africanos escravizados vieram junto com seus senhores e contribuíram com sua rica cultura, baseada na força e na fé. E das tribos indígenas que aqui se encontravam que, de forma amigável ou não, para com os novos habitantes do local, possuem grande parcela na influência da formação e crescimento da região. Dessa forma, a difusão da diversidade através da educação e da comunicação e dos processos sociais e comunitários, programações culturais comuns, gera o respeito e o conhecimento múltiplo de processos e hábitos diferentes e complementares.

### **As Três Matrizes**

Como citado anteriormente, a base da formação do povo brasileiro, segundo análise de Ribeiro (1995), é composta pelas culturas indígena, africana e lusitana.

As comunidades indígenas passaram, desde a época da colonização, por inúmeras chacinas e desabrigamentos, sofrendo até os dias de hoje com a tecnologia que ultrapassa os limites humanos e destrói os povoados restantes dos índios. Apesar da violência foi conseguido preservar seu patrimônio material e imaterial, mesmo após decorridos tantos anos, as tradições e rituais indígenas de muitas etnias permanecem intocadas, acima de qualquer influência externa que possam sofrer. As aldeias possuem sua hierarquia própria, além de desenvolverem processos de produção tradicionais como o artesanal, rituais religiosos e contato com a natureza. Segundo dados da Fundação Nacional do Índio (Funai) de Bauru<sup>20</sup>, nesta região existem quatro tribos indígenas, habitantes da mesma Terra Indígena Araribá<sup>21</sup>, das quais algumas são mais abertas a

---

<sup>20</sup> A autora consultou a educadora Nilza Costa da Fundação Nacional do Índio de Bauru e está ciente da documentação necessária para regulamentar a pesquisa com as tribos indígenas da região necessárias para a preservação das culturas e melhor relacionamento entre pesquisador e índios.

<sup>21</sup> A saber, são elas Kopenoty e Ekeruá da etnia Terena; Numuendaju da etnia guarani nhandeva; e Tereguá da etnia Terena/guarani nhandeva.

influências externas, outras mantêm suas tradições de forma mais viva.

Os terreiros de candomblé, religião trazida pelos africanos escravizados e adaptada à realidade brasileira, quando no novo ambiente, são locais que possuem sua própria divisão hierárquica, desenvolvem rituais religiosos com culto aos Orixás, possuem amplo conhecimento sobre a natureza e seus produtos, e utilizam da música e da dança para se expressarem. Segundo Verger (1981) os principais grupos que vieram ao Brasil são originais de tais áreas foram Bantu, Iorubá, Ketu e Jejê, e Bauru possui terreiros que contemplam a maioria dessas etnias<sup>22</sup>.

Da mesma maneira, comunidades de imigrantes europeus se unem em organizações tradicionais para relembrem suas tradições através de expressões culturais.

### **Economia Criativa e Relações Públicas**

A questão de como é mantida a forma hierárquica como as comunidades tradicionais gerem seus povos, e como a informação e o conhecimento são transmitidos entre inúmeras gerações, de maneira com que somente o mínimo é perdido pode ser analisada através de técnicas comunicacionais e educacionais. Da mesma forma, a transculturalidade acontece no território criativo de Bauru, a saber o que se mistura, de que maneira e em qual intensidade. Para isso, a área das Relações Públicas possui boas ferramentas para definir como tal comunicação é feita dentro das organizações. Como ressalta Porto Simões (2006), ao menos seis autores estudiosos da área de Relações Públicas afirmam ser a informação a essência da comunicação, sendo a comunicação a grande área na qual a profissão de Relações Públicas está inserida. De maneira geral, o profissional deixa-se guiar pela informação pública, assim como gera informações de gestão e administração, incluindo-se na parte de gerir o conhecimento. Além disso, a diversidade cultural e o multiculturalismo também possuem forte ligação com as Relações Públicas, de maneira que se envolve a imagem alheia. A diferença cultural e as relações estabelecidas em uma sociedade multicultural fazem com que todos se

---

<sup>22</sup> A exemplo dos indígenas, os africanos também preservaram elementos do seu patrimônio material e imaterial.

visualizem, de forma pragmática, como interculturais. Como expõe Velázquez (2001) se a situação de reconhecimento e de criação de uma imagem sobre o diferente for considerada uma comunicação, assim é realizado um diálogo intercultural. A cultura popular, o multiculturalismo e as manifestações culturais são diretamente relacionados aos relacionamentos e à comunicação, que são temas centrais na profissão de Relações Públicas.

### **Círculos de Cultura e Oralidade**

Pensando na transmissão oral de conhecimento, que se encaixa em uma forma tradicional e popular de comunicação, formação de opinião e educação, podem-se analisar a intencionalidade e a hereditariedade do conhecimento inserido nas matrizes culturais brasileiras propostas por Ribeiro (1995). Para isso, a metodologia freiriana desenvolvida por Paulo Freire pode ser encaixada para a compreensão de tal processo.

Círculo de cultura<sup>23</sup> é o meio pelo qual se aprende, tanto na infância quanto em todas as outras fases da vida. Através da formação em roda, todos os indivíduos componentes aprendem de igual para igual, transferindo e absorvendo conhecimento de forma horizontal. A partir de tal método pode-se pensar a formação do conhecimento dentro dos povos que mantêm o conhecimento ancestral vivo por inúmeras gerações como é o caso dos indígenas e afro-brasileiros, principalmente.

### **Núcleo de Estudos e Observação em Economia Criativa (NeoCriativa)**

Caracterizado como grupo de estudos que fomenta a discussão e a observação dos conceitos que envolvem a Economia Criativa como um todo, tem-se como território e campo de estudos a cidade de Bauru. Está inserido essencialmente na área da comunicação, já que faz parte do Departamento de Comunicação Social (DCSO) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp de Bauru. Recentemente iniciou estudos abrangendo a educação, sabendo-se que ambos os processos estão ligados de forma íntima.

---

<sup>23</sup> Incubadora de Empreendimentos Solidários – INCUBES, Círculo de Cultura, João Pessoa, UFPB.



O grupo, que pode tido como um círculo de cultura, é liderado pelo Professor Doutor Juarez Tadeu de Paula Xavier, docente do curso de jornalismo da FAAC. Dessa forma, alunos e professores discutem o conhecimento adquirido através de vivências, leituras e demais projetos, discutindo temas como a definição de comunidade, cultura, território e a necessidade de políticas públicas que permitam a diversidade cultural dentro desta área.

## Referências

- CALABRE, Lia.** *Políticas culturais: reflexões e ações*. São Paulo: Itáu Cultural, 2009.  
Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/bcodemidias/001513.pdf>>
- FECOMERCIO.SP.** *Lançamento do índice de criatividade das cidades*. São Paulo, 2012.  
Disponível em:  
<[http://www.fecomercio.com.br/arquivos/arquivo/Indice\\_de\\_criatividade\\_das\\_cidades\\_a2z5yaaaaa.pdf](http://www.fecomercio.com.br/arquivos/arquivo/Indice_de_criatividade_das_cidades_a2z5yaaaaa.pdf)>
- HALL, Stuart.** *A identidade cultural na pós-modernidade*. 4ª Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HALL, Stuart.** *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HOWKINS, John.** *The Creative economy: How people make money from ideas*. 1ª Ed. Londres: Penguin Books, 2001.
- INCUBES, Incubadora de Empreendimentos Solidários, Círculo de Cultura, João Pessoa, UFPB.**
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL.** *Patrimônio Imaterial*. Disponível em:  
<<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginaIphan>>
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA.** *Indicador de Desenvolvimento da Economia Criativa*. 1ed. Brasília: Ipea, 2010
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA.** *Panorama da Economia Criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Ipea, 2013.
- KUNSCH, Margarida K.** *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 2ª Ed. São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- MINISTÉRIO DA CULTURA.** *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*. Brasília, 2011. Disponível em:  
<<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2011/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>>



**MINISTÉRIO DA CULTURA.** *As Metas do Plano Nacional de Cultura.* Brasília, 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/06/As-Metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura.pdf>>

**MINISTÉRIO DA CULTURA.** *Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus e os bois:* Princípios, ações e resultados da política de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil 2003-2010. Brasília: Iphan, 2003. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1800>>

**MINISTÉRIO DO TURISMO.** *Plano Aquarela 2020: Marketing Turístico Internacional do Brasil.* Brasília: Embratur, 2013. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Plano\\_Aquarela\\_2020.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Plano_Aquarela_2020.pdf)>

**MINISTÉRIO DO TURISMO; FVG.** *Boletim de desempenho econômico do turismo.* Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2013. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/conjuntura\\_economica/downloads\\_conjuntura/BDET40\\_com\\_pag.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/conjuntura_economica/downloads_conjuntura/BDET40_com_pag.pdf)>

**OLIVEIRA, Emerson Divino Ribeiro.** *Transculturização: Fernando Ortiz, o negro e a identidade nacional cubana 1906- 1940.* Goiânia: UFG, 2003. Disponível em: <[http://pos.historia.ufg.br/uploads/113/original\\_OLIVEIRA\\_\\_Emerson\\_Divino\\_Ribeiro\\_de.pdf](http://pos.historia.ufg.br/uploads/113/original_OLIVEIRA__Emerson_Divino_Ribeiro_de.pdf)>

**ORTIZ, Fernando.** *Cuban Counterpoint: Tobacco and Sugar.* Durham and London: Duke University Press, 1995.

**ORTIZ, Fernando; tradução de REIS, Livia.** *Do fenômeno social da transculturização e sua importância em Cuba,* UFRGS. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cdrom/ortiz/ortiz.pdf>>

**PERUZZO, Cicília M.K.; PINHO, J.B. (Orgs.).** *Comunicação e multiculturalismo.* Manaus/São Paulo: UAM/Intercom, 2001.

**PORTO SIMÕES, R.** *Informação, inteligência e utopia: contribuições à Teoria das Relações Públicas.* São Paulo: Summus Editorial, 2006.

**PREFEITURA DE BAURU.** *Primeiro tempos da nossa Bauru.* Bauru: Prefeitura Municipal. Disponível em: <[http://www.bauru.sp.gov.br/arquivos/arquivos\\_site/publicacoes/Primeiros%20Tempos%20da%20Nossa%20Bauru.pdf](http://www.bauru.sp.gov.br/arquivos/arquivos_site/publicacoes/Primeiros%20Tempos%20da%20Nossa%20Bauru.pdf)>

**REIS, Ana Carla Fonseca.** *ECONOMIA CRIATIVA como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.* 1ª Ed. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

**RESTREPO, Felipe Buitrago; MÁRQUEZ, Iván Duque.** *La Economía Naranja: una oportunidad infinita.* Washington: Banco Interamericano de Desarrollo, 2013. Disponível em: <<http://www.iadb.org/en/publications/publication-detail,7101.html?dctype=All&id=70896&dclanguage=es>>



**RIBEIRO, Darcy.** *O povo brasileiro: A formação e o sentido do Brasil.* 2ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

**SANTOS, Milton.** *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.* 5ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

**SANTOS, Milton.** *A Natureza do Espaço: Técnica e tempo, razão e emoção.* 4ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

**SEBRAE.** *Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa.* Brasília, 2012. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/tr\\_economia\\_criativa\\_2012.pdf](http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/tr_economia_criativa_2012.pdf)>

**UNCTAD; PNUD.** *Creative Economy Report 2013- Special Edition: Widening Local Development Pathways.* New York, 2013. Disponível em: <<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>>

**UNESCO.** *Convenção sobre a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais.* 2005. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>>

**UNESCO.** *Intangible Heritage.* Disponível em: <[http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL\\_ID=34325&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=34325&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>

**UNESCO.** *Manifesto de Sevilha* : documento difundido pela Conferência geral da UNESCO – 25ª sessão, Unidade Cultura de Paz. Paris, 1989.

**UNESCO.** *Relatório Mundial da UNESCO: Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural.* 2012. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755POR.pdf>>

**VERGER, Pierre Fatumbi.** *Orixás: Deuses Iorubás na África e no Mundo Novo.* 6ª Ed. Salvador: Corrupio, 1981.

**VIVENDO BAURU.** *Comércio.* Disponível em: <<http://www.vivendobauru.com.br/economia/comercio>>

**XAVIER, Juarez Tadeu de Paula.** *Versos sagrados de Ifá: núcleo ordenador dos complexos religiosos de matriz iorubá nas Américas.* Programa de Pós Graduação em Integração da América Latina - Universidade de S. Paulo. São Paulo: USP, 2004.