

Cultura e Economia criativa: uma alternativa para o desenvolvimento local¹

*Lucas Vilar dos Prazeres, Anita Grazielly Gomes Moraes*²

Resumo expandido

A cultura é parte essencial da sociedade e está presente em diversas manifestações e de maneira muito plural, paralelo a isso, o consumo de produtos culturais vem aumentando atualmente, fomentando o surgimento de mercados específicos, os quais demandam mais inovação e criatividade por parte dos seus ofertantes. Tendo em vista a importância da cultura na sociedade e carência de trabalhos nesse contexto, verificou-se a necessidade da produção e elaboração deste. O objetivo desse resumo é apresentar que a economia criativa, no contexto de mercado cultural, pode ser uma alternativa para o desenvolvimento local. Dado esse objetivo, utilizamos como método um levantamento bibliográfico, onde buscamos sintetizar e investigar alguns artigos pertinentes a temática abordada. Se tratando de um complexo de manifestações que englobam costumes, danças, conhecimentos e outros aspectos da nossa sociedade, a cultura se relaciona com outras áreas e possuem um papel importante nas nossas vidas. Visto isso, é importante analisar a relação da cultura com a economia uma vez que a cultura se funde com o próprio processo de construção da sociedade como um todo. Atualmente o debate acerca de economia criativa vem ganhando cada vez mais espaço. Segundo (OLIVEIRA, ARAUJO, SILVA, 2013): “[...]economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços.” A partir de então, podemos pensar que a economia cria laços com a cultura. Ainda sobre economia criativa, outro autor apresenta de uma perspectiva mais abrangente: “O grande diferencial da Economia Criativa é que ela promove desenvolvimento sustentável e humano e não mero crescimento econômico. Quando trabalhamos com criatividade e cultura, atuamos simultaneamente em quatro dimensões: econômica (em geral, a única percebida), social, simbólica e ambiental.” (DEHEINZELIN, 2008). A economia criativa possibilitou ainda a divulgação e o acesso a produtos culturais entre a sociedade, como apresenta Tolila (2007): “É preciso admitir, como um eixo de reflexão, que o acesso à cultura em nossas sociedades modernas passou a ser feito maciçamente por intermédio dos produtos culturais e não mais exclusivamente pelo contato direto com a criação artística em determinado lugar.” (TOLILA, 2007, p. 54). Segundo Buarque (2008, p.30) o desenvolvimento local é dependente de uma série de fatores que juntos se mobilizam e geram esse desenvolvimento, que segundo ele é enraizado sobretudo na matriz cultural do local, afim de melhor conhecer as especificidades locais. Alguns exemplos de como a cultura pode estabelecer esse laço e o desenvolvimento local é a criação de oficinas culturais, fomentando a participação e promoção de pessoas com esses potenciais, nesse sentido, podemos citar: o teatro, artesanato, dança, entre outros. Segundo ministro da Cultura Juca Ferreira (2015) a economia criativa seria um setor com vários desdobramentos, nestes cabem: festas, como o próprio carnaval, comércio de antiguidades, publicações artísticas a criatividade e a inovação torna-se cada vez mais um assunto em pauta, conseqüentemente os trabalhadores deste setor, recebem um salário maior quanto maior seu grau de formação. Disposto

¹ Trabalho submetido ao III Simpósio Internacional de Gestão da Comunicação, Cultura e Turismo (SINCULT 2017), realizado em Salvador, Bahia, Brasil, dias 30 de novembro, 1 e 2 de dezembro de 2017.

² Estudante; Universidade Federal de Alagoas (UFAL); Santana do Ipanema, Alagoas; lucasvilarp@gmail.com, Estudante; Universidade Federal de Alagoas(UFAL); Santana do Ipanema, Alagoas; anitamorae@outlook.com

a essas alternativas que a economia criativa pode promover, é indispensável a presença de ações e políticas públicas visando apoiar essas iniciativas, nesse sentido, o Brasil se mostra mais presente nos últimos anos, segundo a pesquisa de (SERRA, FERNANDEZ, 2009): “As políticas públicas de estímulo às atividades criativas têm se mostrado bem sucedidas no Brasil, a julgar pela expansão observada no emprego - apesar da precariedade dos dados - e pela multiplicação dos empreendimentos de promoção da inovação e do resgate e fortalecimento de nosso patrimônio cultural. Entretanto, persistem ainda lacunas na articulação das políticas de promoção da economia criativa com as demais, além da própria compreensão de seu potencial por parte do poder público, especialmente nas esferas estaduais. ”. As instituições públicas possuem um caráter importante em relação ao primeiro passo para a promoção da cultura e o fomento da mesma junto com a sociedade, para a partir de então poder se pensar e visualizar os cenários que a economia criativa pode atuar juntamente com a cultura na geração de emprego e renda. De acordo com o levantamento bibliográfico realizado, foi perceptível que a relação da economia criativa com a cultura é um caminho possível rumo ao desenvolvimento local. Logo, conclui-se que a economia criativa pode ser vista com uma alternativa para o desenvolvimento local, visto sua relação com sociedade e vários agentes econômicos.

Referências

BUARQUE, Sergio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno César de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. 2013.

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. RAI – **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n.4, p.355-372, out/dez.2014.

DEHEINZELIN, Lala. Economia Criativa é a estratégia de desenvolvimento do século. Revista **Dealer**, 2008. Disponível em: < <http://laladeheinzelin.com.br/wp-content/uploads/2010/07/Economia-Criativa-%C3%A9-a-estrategia-de-desenvolvimento-do-S%C3%A9culo-Revista-Dealer-junho-2008.pdf> >. Acesso em: 28/09/2017.

FERREIRA, Juca. A economia da cultura e o desenvolvimento do Brasil. Disponível em: < http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/id/1277347 >. Acesso em 25/09/2017.

Palavras-chave: Cultura; Desenvolvimento Local; Economia Criativa.