

## **Apresentação do dossiê temático Economia Criativa: um tema em discussão**

Marlyvan Moraes de Alencar<sup>1</sup>

Polise Moreira De Marchi<sup>2</sup>

Vilma da Silva Vilarinho<sup>3</sup>

Maria Eduarda Araújo Guimarães<sup>4</sup>

O dilema da criatividade tem acompanhado o homem desde as primeiras descobertas e invenções. A criatividade é uma característica humana por meio da qual têm sido atribuídos todos os grandes feitos da humanidade. A roda foi uma inovação no modo de transportar objetos pesados. Sua criação se deu no momento em que a necessidade de deslocar cargas em longa distância se fez presente. Em uma primeira fase, de um modo criativo foram organizadas toras que permitiam rolar o objeto a ser transportado. A criação da roda foi o passo subsequente. Mais do que a invenção em si, o modo de ver o mundo e de formular demandas e procurar soluções tem despertado a condição criativa da espécie humana ao longo de sua história.

Nas primeiras décadas do século 20, arquitetos modernistas apostaram em uma criatividade destrutiva para o início de uma nova sociedade. Racionalidade, funcionalidade como parâmetro da forma e valores universais nortearam o pensamento e a experiência de mundo a ser produzida e reproduzida em larga

---

<sup>1</sup>Doutora em Antropologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP), professora e pesquisadora do Centro Universitário Senac, professora da PUCSP;

<sup>2</sup>Doutora em Arquitetura e Urbanismo, pela Universidade de São Paulo (FAUUSP) professora, pesquisadora e coordenadora do Centro InovaCidades no Centro Universitário Senac.

<sup>3</sup> Mestre em Design pelo Centro Universitário SENAC, professora, pesquisadora e coordenadora do Bacharelado em Design Digital do Centro Universitário Senac.

<sup>4</sup> Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), com a tese Do samba ao rap: a música negra no Brasil e mestre em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), com a dissertação Conspiração do silêncio: Arthur Ramos e o negro na antropologia brasileira. Possui graduação em Ciências Sociais e Direito, ambas pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atualmente é professora do curso de Design de Moda do Centro Universitário Senac. Pesquisadora nas áreas de moda e consumo, com ênfase nas suas relações com a expressão das identidades e na construção dos estilos de vida nas metrópoles e também nos espaços de sociabilidade virtuais criados por meio das redes sociais.

escala. Paralelamente, na economia, Schumpeter acreditava que somente pela inovação gerada por um processo criativo, é que se poderia chegar ao desenvolvimento econômico. A produção industrial capitalista em grande parte foi direcionada por este pensamento. O marketing e a publicidade nasceram dentro das empresas como extensão criativa da produção.

O século 21 tem se caracterizado pela passagem do capitalismo industrial para o cognitivo e, deste modo, a criatividade, considerada sob uma perspectiva econômica, tem sido promovida como atributo indispensável para alcançar a inovação. Por este motivo, tem sido apontada como responsável pela competitividade em uma economia global de conhecimento, tornando-se o diferencial em vários setores produtivos, principalmente nos culturais e de entretenimento. Neste sentido, a arte e a cultura foram valorizadas ao ponto de serem entendidas como indústrias criativas. Como tais, passaram a receber atenção especial em programas de incentivo para desenvolvimento local. A cultura do consumo ou o consumo da cultura se fundiram a partir do momento em que foi atribuída à cidade a responsabilidade de ser diferente, como um lugar de oportunidades que a tornassem atrativa.

A relação entre indústrias culturais e indústrias criativas é muito tênue. Muitas vezes são usadas como sinônimos. Geralmente, "cultural" é atribuído quando se busca priorizar o significado social e simbólico da produção, distribuição e participação cultural. Por sua vez, as "indústrias criativas" são associadas a qualquer setor produtivo que agregue novas ideias, novas tecnologias e mão-de-obra altamente capacitada para desenvolvimento. Tanto a indústria cultural como a indústria criativa dialogam na mesma fronteira do desenvolvimento econômico.

Disciplinas como artes, design, arquitetura, audiovisual, turismo, gastronomia e moda são reconhecidas como áreas criativas e potenciais geradoras de novos desenvolvimentos econômicos. Vários pesquisadores do tema apontam que quanto mais profissionais e conhecimento nestas áreas uma cidade obtiver, maior a sua capacidade criativa e, conseqüentemente, maior seu potencial econômico.

O texto "Os trabalhos dos artistas: questões sobre os modos de produzir e de difundir as artes na atualidade" de Sharine Machado Cabral Melo busca investigar o cenário de produção e divulgação das artes visuais e de espetáculos e sua relevância econômica a partir de discussões sobre economia criativa, neoliberalismo e redes sociais.

Heloísa Helena de Oliveira Santos e João Dalla Rosa Júnior discutem em "Aproximações políticas entre Moda e Economia Criativa" os recentes apontamentos estabelecidos entre moda e economia criativa por meio da distinção do conceito indústria de moda e de vestuário a partir da visão de Ronaldo Fraga e de documentos oficiais publicados sobre moda e economia criativa.

Em "Diversidade nacional e Design: um caminho para a Economia Criativa", Amanda Queiroz Campos, Luiz Salomão Ribas Gomez e Sarah Schmiegelow analisam o design como catalisador de desenvolvimento econômico e social do Brasil, a partir do seu papel estratégico de transformar cultura em valor agregado aos produtos e serviços.

O texto de Josefina de Fátima Tranquilin Silva e Cleyton Boson "Economia Criativa: que negócio é esse?" enfrenta os discursos e os conceitos sobre a condição contemporânea por meio do entendimento dos novos modelos de negócios propostos pelas economias capitalistas e o impacto na produção de cultura e identidade cultural de uma região.

Na seção Memória, Polise Moreira De Marchi apresenta as transformações ocorridas nos últimos 25 anos na região do vale do Ruhr, na Alemanha. De conurbação industrial a capital cultural alemã em 2010, o vale do Ruhr foi pioneiro em tratar o passado industrial como potencial econômico por meio da reconversão de suas antigas estruturas a partir de atividades do setor criativo.

Em Reflexões Estéticas, o trabalho performático de Antonio Wellington Junior – Tutunho – é apresentado por Marlyvan Moraes de Alencar que destaca o projeto

TraceaFace, desenvolvido pelo artista em seu pós-doutoramento na universidade de Aveiro durante o ano de 2013, momento em que ele assume definitivamente o corpo como superfície, suporte e elemento fundante de sua arte.

Além dos trabalhos que compõem o dossiê, esta edição traz ainda dois artigos que, em diálogo, procuram entender a relação da moda com a arte e a história. Em "Vitrines de memória: a exposição da Louis Vuitton no Musee des Arts Decoratifs e os usos do passado pela indústria da moda", João Paulo Aprígio Moreira debate os usos que a moda faz da História, tendo os museus como exemplo, e utilizando a noção de "herança", que segundo o autor define uma das principais formas pela qual aquela sociedade experimenta o passado. O artigo de Claudia Mendes e Vânia Polly, "Moda e arte, desejo e contemplação", discute o status da moda como parte do universo artístico, comparando teorias e autores que definiram e definem o estatuto da arte e o da moda.

Na seção Resenha, Valéria Tessari apresenta aos leitores o trabalho de Carmen Lúcia Soares, "As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940)" e completando a edição, um resumo da tese de Raphael Dall'Anese Durante, "A comunicação como jogo: sobre a dimensão lúdica como política da diversão programada em Vilém Flusser", importante contribuição na análise da obra desse autor.

Se a Economia Criativa nasce da crença de que o estímulo à criatividade se torna fundamental para que a inovação possa surgir e, deste modo, fomentar conhecimento capaz de dinamizar ou reativar a economia das cidades, como nos colocar diante desta realidade que atinge diretamente as áreas do conhecimento abordadas por esta publicação? O dossiê "Economia Criativa: um tema em discussão" busca estabelecer um diálogo inicial e, ao contrário de trazer respostas fechadas, se coloca como um convite para o debate.

Boa leitura!