

CULTURA E DESENVOLVIMENTO

Economista Ana Carla Fonseca ministra nesta semana workshop sobre economia criativa, na qual se inserem as produções culturais que são capazes de transformar localidades por meio do desenvolvimento e proporcionar melhoria na qualidade de vida

A indústria da criatividade

Araçatuba
Talita Rustichelli
talita.nayla@folhadaregiao.com.br

Há pelo menos 20 anos a economia e a cultura eram vistas como setores independentes e até opostos. Era um pecado misturar dinheiro e criação. Até que se percebeu as possibilidades reais de profissionalização da cultura e seu grande potencial de gerar renda.

Com a proposta de aprofundar discussões acerca da importância da indústria criativa (enquanto setor, e não como manufatura), a economista especializada em economia criativa Ana Carla Fonseca ministrará em Araçatuba uma oficina e um workshop homônimos, mas direcionados a públicos diferentes.

O tema "Economia criativa e cidades criativas", será abordado por Ana Carla no dia 29 de setembro, das 10h às 13h e 14h às 17h, para gestores, produtores culturais e artistas, e das 18h30 às 20h, para interessados em geral.

A atividade é oferecida gratuitamente pela Secretaria de Estado da Cultura e pela Poiesis - Organização Social de Cultura, por meio das Oficinas Culturais, a 16 muni-

cípios, entre capital e interior. Em Araçatuba, é realizada por meio da Oficina Cultural Silvio Russo. O telefone para informações é (18) 3625-5357.

A economia criativa, de acordo com Ana Carla, é aquela sustentada essencialmente por setores que se baseiam em criatividade, ou seja, as indústrias criativas. Ela afirma que são os setores que oferecem em seus produtos um valor agregado, e

Assunto será tema de workshop nesta semana em Araçatuba

que ultimamente tem se concentrado em direcionar a economia cada vez mais ao que é intangível, como as marcas, a criatividade, a cultura e o direito de propriedade intelectual.

"Antes, na época da revolução industrial e ao longo dos anos, havia uma economia baseada na confecção de produtos físicos, e depois mesmo os serviços, que vie-

ram a ser muito padronizados e comuns (basta você pensar em quantas propostas de telefonia celular ou de banco você recebeu nos dois últimos meses, oferecendo o que você já tem). Tudo isso fez com que as pessoas se tornassem consumidores que se voltam cada vez mais para o que tem um valor agregado, que proporcione algo diferente", diz.

IDENTIDADE

A profissional, que é também administradora pública, doutora em Urbanismo e assessora em economia criativa para a ONU, explica que as cidades criativas são as capazes de organizar a sua economia em torno de suas potencialidades. Ou seja, têm a capacidade de enxergar sua singularidade e fazer um bom uso disso para seu crescimento econômico e social.

"A cidade criativa vive um processo de transformação com base naquilo que ela é. Muitas vezes fala-se de identidade como se fosse uma coisa quase piegas, folclórica. Mas é mais do que isso. Uma identidade cultural pode ser uma vocação econômica, e é aquilo que faz com que a cidade seja cidade", explica.

Discussão sobre economia criativa é recente no Brasil, diz especialista

No Brasil, toda a discussão em torno da economia criativa caminha a passos lentos, de acordo com a economista Ana Carla Fonseca. "Acho que estamos despertando, mas é um processo em andamento. Trabalho com este tema há mais de 20 anos, e antes não se ouvia falar de marketing cultural.

Hoje, fala-se de economia da cultura sem problemas, mas é uma evolução muito recente. Ainda hoje não é da forma como deveria ser, mas os artistas, por exemplo, passaram a ter menos resistência, começam a se entender como agentes econômicos", afirma.

A diversidade e a efervescência da produção cultu-

ral brasileira, seja na cultura tradicional, seja na contemporânea, são grandes vantagens para o país, para ela. Mas, se o trabalho for realizado de forma amadora, dificilmente resultarão em um crescimento econômico relevante. Questionada a respeito do amadorismo que ainda é comum em certas produções culturais, principalmente em cidades interioranas, ela explica que este fator deriva da falta de identificação da cultura como potencial econômico.

"As pessoas ainda tendem a achar que cultura e economia são coisas dissociadas. Mas chega uma hora em que, para a pessoa ser entendida como um artista profissio-

nal ou como um produtor cultural profissional, ele tem de ter capacidade de gestão e planejamento".

Conforme a economista, é possível notar que existe esta falta de reconhecimento da cultura como potencial econômico na forma como é tratado o orçamento destinado a ela. "O que sobra de recurso vai para a cultura, para o meio ambiente, para o esporte, que, no entendimento comum, não geram recursos", afirma Ana Carla.

Mas a cultura tem um impacto econômico importantíssimo, afirma ela. "A cultura gera emprego e renda, além de formar um ambiente mais favorável à criação de inovação", acrescenta. TR

CARACTERÍSTICAS

Por meio de um estudo coordenado por Ana Carla com a participação de 18 pessoas de 13 países diversos (que será lançado em versão digital e em língua portuguesa no dia 6 de outubro, disponibilizado gratuitamente no site www.garimpodesolucoes.com.br), observou-se que as cidades criativas possuem três características essenciais: as inovações, no que se refere à capacidade de encontrar soluções para a resolução de problemas; as conexões ("comunicação" entre públi-

co e privado, entre a cidade e seu entorno, entre as áreas de saber e, em cidades maiores, entre os bairros); e a cultura, como manifestação, expressão, olhar e/ou como modo de vida, segundo a economista.

Ela cita como exemplo a cidade de Guarimiranga, que possui cerca de 5 mil habitantes, localizada no interior do Ceará.

"É uma cidade que consegue, hoje, apresentar todas estas características. O município sempre teve muita presença musical, então

duas produtoras culturais de Fortaleza resolveram organizar um festival de jazz e blues. Mas não era para ser um festival 'na' cidade, mas um festival 'da' cidade. Montaram a Associação dos Amigos de Guarimiranga e realizaram um trabalho com toda a comunidade, todo um processo para que o festival desse certo.

O número de turistas, a infraestrutura hoteleira e o comércio cresceu, e a cidade se recuperou em função de toda esta mobilização", diz.

Gastronomia e cultura caipira são pontos fortes, afirmam secretários

Para secretários, ponto forte de Araçatuba são a cultura tradicional e a gastronomia

Com a padronização de produtos e serviços, até mesmo os lugares tendem a ser parecidos. Mas o crescimento do desenvolvimento econômico das cidades vem sendo baseado cada vez mais em suas singularidades e no direcionamento que se dá a elas.

"Por que eu vou querer visitar um município, e não outro? O que me faz querer morar em um lugar, e não no outro?", questiona Ana Carla Fonseca. Ela afirma que o fator fundamental é a iden-

tidade do município. "Não é só turismo, é também a qualidade de vida das pessoas que moram ali, a capacidade de atrair talentos profissionais... O que este município oferece, que outros não?", diz.

ARAÇATUBA

Para o secretário de turismo de Araçatuba, Carlos Nova, o potencial da cidade está relacionado à gastronomia. Tanto que um grupo de pessoas da sociedade civil e pública organizou um projeto para que a Câmara dos Vereadores da cidade reconhecesse como pratos típicos do município o Caldo do Artista e o Cupim Casqueira-

do. "Araçatuba tem potencial para se tornar um polo regional de gastronomia. Temos bons restaurantes e bares e muitas pessoas da região vêm até aqui desfrutar disso", diz.

Já a Secretaria Municipal de Cultura tem focado suas ações relacionadas à identidade cultural na cultura caipira. Para Hélio Consolero, secretário municipal de cultura, o resgate da tradição popular é um elemento importante e forte na cidade. "Não se pode dizer que já se formou essa identidade, mas estamos buscando por meio do resgate das nossas raízes", afirma. TR

FESTIVAL DO PORCELANATO
Laluce
MARMORARIA
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
PORCELANATOS
à partir de
R\$ 17,99M² à vista
Tel. 18 3631-0011
Rua Aguapeí, 2481 - Araçatuba



INOVADOR

Ana Carla afirma que as cidades criativas são capazes de organizar sua economia de acordo com suas potencialidades

PAINEL 1.80
10x R\$82,00

Outlet de verdade é na Aimar Móveis

ESPAÇO AíMAR OUTLET

18 3623.5970
Av. Brasília, 1400
Araçatuba/SP

Horário de atendimento
seg à sex até às 18h30
sáb até às 14h

VENHA CONFERIR MAIS OPORTUNIDADES DO OUTLET

RACK 1.80 - 10x R\$117,00

EXTRA

VEJA NO CADERNO ESPECIAL

2012

O FIM DO MUNDO

VOCÊ ESTÁ PREPARADO?