

CAPA (/)	SUPERFC (/SUPERFC)	CIDADES (/CIDADES)	DIVERSAO (/DIVERSAO)	INTERESSA (/INTERESSA)
--------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	--

[MAIS \(/SUPERFC\)](#) [\(/CIDADES\)](#) [\(/DIVERSAO\)](#) [\(/INTERESSA\)](#)

[CADASTRAR](#) | [LOGIN](#)



[Home \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver\)](#)

[Apresentação \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/apresenta%C3%A7%C3%A3o-1.1159222\)](#)

[Programação \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/programa%C3%A7%C3%A3o-1.1159241\)](#)

[Palestrantes \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/palestrantes-1.1159248\)](#)

[Conteúdo das palestras \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/conte%C3%BAdo-das-palestras-1.1182132\)](#)

[Local \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/local\)](#) [Contato \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/contato\)](#)

Mudanças criativas

Palestrante Ana Carla Fonseca conta que, para se ter transformações inovadoras no município, é necessário o talento criativo do cidadão

Fonte Normal Mais Notícias (ultimas)
Curtir 20 Tweet G+1 0



Muito aplaudida no seminário da última terça-feira, a economista Ana Carla Fonseca, de São Paulo, falou com clareza sobre os passos que o cidadão tem de dar para viver melhor

VEJA TAMBÉM

[vid Savassi Criativa traz qualidade de vida para a região \(/cmlink/hotsites/bh-melhor-para-viver/savassi-criativa-traz-qualidade-de-vida-para-a-regi%C3%A3o-1.1181449\)](#)

[Mais \(ultimas\)](#)

PUBLICADO EM 29/11/15 - 03h00

LUIZ CABRAL INÁCIO

“O mundo está de ponta -cabeça! As mudanças em nossa sociedade estão dez vezes mais rápidas e em escala 300 vezes maior do que na época da Revolução Industrial”. Foi dessa forma que a economista, administradora pública e escritora Ana Carla Fonseca abriu a palestra “Economia Criativa e Cidades Criativas: novos eixos de desenvolvimento”, no seminário BH Melhor para Viver, na última terça-feira (24), no hotel Ouro Minas, na capital.

Nesse mundo em ebulição, o que caracteriza a economia criativa e como as cidades podem se adaptar e se beneficiar do talento criativo? Dentro dessa perspectiva, a palestrante iniciou seu discurso com um alerta: atualmente, muito se investe em tecnologia, porém, pouco em pessoas.

Na visão de Ana, para que esse cenário seja mudado, deve-se investir no talento criativo. “Esse talento é um diferencial de valor agregado, não é repetitivo, não é inteiramente mecanizado, gera um resultado que não sabemos qual será e ainda é movido especialmente em momentos de crise. É só por meio desse talento criativo de cada um que podemos nos mover”.

Para que isso flua naturalmente, existem algumas fórmulas transformadoras dentro da cidade. “Qualquer lugar deve ser um potencial ambiente de trabalho, como praças confortáveis, espaços gratuitos, com Wi-Fi liberados. Temos de entender que as cidades são para as pessoas e que as mudanças nos padrões de trabalho exigirão mais atenção com os talentos e valores em transformação”, explicou.

“E como BH pode atrair, manter e nutrir esse talento criativo?”, indagou Ana que, na sequência, apresentou uma resposta: deve-se transformar a cidade para que todas as pessoas queiram ficar cada vez mais nela. Para isso, dentro da economia criativa – cujos pilares são ciência e tecnologia, artes e cultura – existem modos e meios para que a vida na cidade tenha mais qualidade. “Resgatar as narrativas da cidade, o respeito pelo outro, buscar os afetos entranhados nas ruas. O mais legal das cidades não são os prédios, mas o que está entre eles. Precisamos ter um olhar criativo para o lugar que vivemos e trabalhar a cidade como um mosaico de vocações”.

Ainda na visão de Ana Carla, o protagonista da cidade é o cidadão, e é só por meio dele que irão surgir ideias criativas, casos inspiradores e soluções inovadoras para uma vida com mais qualidade nas cidades.

Cidades preparadas para todos os cidadãos

Estudo. Para Ana Carla Fonseca, as cidades têm que se preparar para os cidadãos. Tão importante quanto isso é a preparação das pessoas para viver nessas cidades. Um estudo da revista “The Economist” mostra como seria o trabalho ideal do século XXI:

- Investir em tecnologias e em pessoas;
- Praças e parques têm de oferecer conforto para que as pessoas possam usá-los como potencial ambiente de trabalho;
- Pessoas preparadas com trabalhos criativos de inteligência social, ou seja, que sabem lidar com pessoas e os meios.

O que achou deste artigo?

ENVIAR COMENTÁRIO

Usuário Senha

Li e aceito os **termos de utilização** (<http://www.otempo.com.br/termos-de-utiliza%C3%A7%C3%A3o-1.649759>) Compartilhar usando o Facebook

ou conecte-se com

ATENÇÃO Cadastre-se para poder comentar

Expediente (/expediente)

Quero anunciar
(<http://www.otempo.com.br/midiakit>)

Fale Conosco (/fale-conosco)

Trabalhe Conosco

(trabalhe-conosco)

Clube do Assinante

(<http://www.clubeotempo.com.br>)

Loja do Super

(<http://www.lojadosuper.com.br>)

Política de Privacidade

([politica-de-privacidade](/politica-de-privacidade))

CAPA (/)

Cidades (/cidades)

Brasil (/brasil)

Economia (/economia)

Mundo (/mundo)

Política (/politica)

SUPER FC (/superfc)

América (/superfc/america)

Atlético (/superfc/atletico)

Cruzeiro (/superfc/cruzeiro)

Futebol (/superfc/futebol)

Vôlei (/superfc/volei)

Fórmula 1 (/superfc/f1)

Outros (/superfc/outros)

DIVERSÃO

Magazine (/diversão/magazine)

TV Tudo (/diversão/tvtudo)

Celebridades (/diversão/celebridades)

Roteiros Culturais

(/diversão/roteiros-culturais)

INTERESSA (/interessa)

Saúde e Ciência

(/interessa/saude-e-ciencia)

Tecnologia e Games

(/interessa/tecnologia-e-games)

Bizarrices (/interessa/bizarrices)

Pandora (/interessa/pandora)

Carro&Cia (/interessa/carro-cia)

Viagens (/interessa/viagens)

Comportamento

(/interessa/comportamento)

JORNAIS

O Tempo Betim (/o-tempo-betim)

O Tempo Contagem

(/o-tempo-contagem)

Super Notícia (/super-noticia)

Pampulha (/pampulha)



(<http://www.ivcbrazil.org.br/certificadosAuditoriaWeb.a>)