

EDUCAÇÃO EM UMA ECONOMIA CRIATIVA

Patrícia Gomes Cardim

Diretora Geral do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, instituição onde se formou em Design de Moda. Estudou no Fashion Institute of Technology e Parsons (Estados Unidos), além de fazer administração na Bond University (Austrália). Iniciou sua trajetória aos 14 anos, no próprio Centro Universitário Belas Artes, como aprendiz e, posteriormente, estagiária. Tem pesquisa de tendências de consumo e gestão em Educação com ênfase na Economia Criativa, área em que trabalha atualmente

Refletir sobre as profundas mudanças sociais, culturais e educacionais da atualidade é um ótimo primeiro passo pra quem trabalha em uma Instituição de Ensino Superior e necessita compreender o sentido da nova lógica da criatividade muito própria de uma juventude cada vez mais insatisfeita. Se a criação é própria do ser humano, a criatividade é fruto de mentes não somente criativas, mas também sintonizadas com a ação empreendedora. E a criatividade sempre foi o maior diferencial da Belas Artes. Por isso, estar atento ao aprendizado e ao comportamento do aluno e, em paralelo, a um mercado movido por profissionais da Economia

Criativa, formados nesta Instituição, é questão primordial para continuarmos mantendo a Belas Artes na dianteira da educação focada em economia criativa.

Em 2001, quando o termo Economia Criativa foi conceituado pelo nosso mentor criativo, o inglês John Howkins, um clarão se abriu! Na verdade, alguém estava “envelopando” exatamente aquilo que pregávamos desde 1925. Distante daquele tempo – quando um empreendedor criativo era visto como um rebelde, portador de um pensamento utópico, quando a arte no Brasil ainda era pouco conhecida e reconhecida –, hoje os dados da macroeconomia mundial mostram que investir em setores criativos é a melhor maneira de se ter uma carreira bem sucedida. O mundo da Economia Criativa permite que se construa uma carreira ajustada tanto à realização pessoal quanto ao retorno financeiro.

A pioneira publicação focada na Economia Criativa, *“The Creative Economy: How people make money from ideas”* (2001), de John Howkins, revelou a lógica por trás de uma realidade econômica movida por ideias colocadas em prática por indivíduos criativos que inovam e transformam problemas em soluções, conflitos em oportunidades.

Após a inesquecível visita de John Howkins na Belas Artes, em novembro de 2014, nosso time de professores passou articular seus planos de ensino estimulando, por um lado, o aluno a entender as demandas sociais de seu tempo, e, por outro, criando condições

que possibilitem a formatação de ideias inovadoras e surpreendentes. Assim, novas práticas educativas tanto alinhadas ao contexto cultural e tecnológico contemporâneo quanto articuladas com o impacto de projetos inovadores na vida coletiva vêm desenhando um novo espaço acadêmico.

Pode-se dizer que a proposta de uma educação focada em Economia Criativa aposta na formação não para uma vida profissional dirigida por mercados esgotados, estagnados. Mais do que isso. Nossa missão é ensinar a infinita capacidade de se aprender com o mundo, com o que nele existe e com o que ainda sequer foi pensado. Debater, refletir e se atualizar sobre temas e conceitos da economia criativa sem dúvida alguma tem sido um divisor de águas. Observar e compreender o dinamismo da economia, as tendências culturais inovadoras e os sentidos do consumo na atualidade torna-se cada dia mais necessário, inclusive no mundo das artes!

Nossos alunos vivem em um mundo de uma pluralidade de escolhas muitas vezes contraditórias e complexas, contexto este em que o excesso coabita com a escassez. Aprender e ensinar – presencialmente e à distância – ganham novas formatações mediadas por conceitos como instantaneidade, métricas, interatividade, protótipos, projetos etc. Com isso, novos sentidos se somam a um conhecimento acadêmico dinâmico e conectado a iniciativas empreendedoras e competitivas, conscientes das escolhas e dos caminhos a seguir. Aos mestres, o desafio é abrir novos horizontes que permitam

aos alunos tornarem-se, de fato, protagonistas de um saber-fazer e um saber-ser que expanda para além da sala de aula outras performances profissionais sustentadas pelo exercício do compartilhamento criativo. Exercício este estético e ético.

A lugar da escola, de fato, não é o de transmitir conteúdos prontos. Pelo contrário, a arquitetura de nossas práticas educativas busca compreender a lógica do mercado e da sociedade, as flutuações da economia e a da política, a motivação do consumo e da cidadania. A academia, nessa nova era, deve além de desenvolver o pensamento teórico e prático capaz de despertar no aluno a vontade de oferecer soluções locais para um mundo global, deve também oferecer uma visão crítica e comprometida com a ampliação do repertório artístico, cultural, científico, social e técnico. Não há restrição para o conhecimento!

Em 2015, a Belas Artes completa 90 ininterruptos anos no Ensino Superior dedicados à Economia Criativa. Muito já se fez, muito se transformou, se aprimorou, se adequou para que seguissemos à frente na vanguarda da sociedade. Tudo que foi apreendido durante quase um século de trabalho e, muitas vezes, com árdua resistência, comunica o “Jeito de Ser e de Ensinar do nosso Centro Universitário Belas Artes de São Paulo”. “É na arte que homem se ultrapassa definitivamente”, pois a cultura é um eterno movimento que embala a arte. Somos reconhecidamente um time de insatisfeitos, talvez, nossa melhor qualidade para os tempos que se aproximam!