

## ECONOMIA CRIATIVA E INDÚSTRIA CULTURAL DAS BELAS ARTES

Desde que o conceito de «Economia criativa» foi acunhado por John Howkins, em 2001, o valor que deriva das ideias ligadas à exploração dos recursos tradicionais, como a terra, o trabalho e o capital, têm estabelecido mais um elo ligado às Belas Artes: arquitetura, escultura, pintura, música, literatura, dança e cinema. Tanto as artes clássicas quanto a moderna formam um componente fundamental para a Economia Criativa ao gerar produtos culturais que podem ser comercializados e gerar lucros.

Tal conceito concebido por Howkins baseia-se na criatividade como valor chave, colocando o foco na inovação e na imaginação como valor econômico. Favorece a propriedade intelectual, protegendo a gestação de ideias; a geração de riquezas e empregos; causando grande impacto no desenvolvimento econômico, social e cultural.

Neste sentido, as Belas Artes concebem-se como fonte de inspiração, gerando produtos culturais que podem ser comercializados e fazendo parte de dita economia criativa. Comercializam-se obras artísticas por meio de galerias, museus, leilões, entre outras iniciativas que mobilizam artistas e contribuem em princípio com a economia.

Contudo, a criação de produtos culturais derivados alcança relevância nesta edição porque salienta a montagem de pequenos negócios seguindo a metodologia Startup Enxuta, gerando fontes de renda familiar para os brasileiros. Contextualiza o fenômeno da globalização, abordando o caso do K-pop. Estilo musical coreano de grande impacto no Brasil, suscitando por uma subcultura estrangeira que mobiliza interesses culturais além das fronteiras da língua e do território. Outro exemplo paradigmático vem do mercado Pet, nas categorias do E-Commerce que colocam animais de estimação no centro nevrálgico do bem-estar familiar. E, por fim, sugere-se um modelo de negócios atrelado à indústria têxtil da moda: o startup «Eu produzo» constitui-se num aplicativo desenvolvido em prol de uma produção mais eficaz, contemporânea e performática.

Alguns destes exemplos de economia criativa podem alcançar patamares relativos à obra arte, à produção de filmes, à criação de software, à publicidade de produtos, ao design de moda, à organização de eventos culturais e ao gerenciamento de exposições, galerias e museus, entre outras múltiplas possibilidades de negócios.

Nesta imersão criativa, reconhece-se o valor das ideias, a cultura e as Belas Artes. Sendo esta última fonte de inspiração do novo paradigma econômico abraçado por nosso Centro Universitário.