

Área Temática: Cultura

Edital: PROEXT-PIBEX-GRANDE RECIFE

Diálogos culturais

Unidade: Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Coordenador(a): Maria Fernanda Freire Gatto Padilha - Docente

Email: mariagatto@gmail.com

Objetivos

Geral:

Inserir tema “economia da cultura e políticas culturais” em redes sociais.

Específicos:

- Criação de espaços virtuais (twitter, facebook, webpages) com informações, dados, artigos, pesquisas, eventos e outros em economia da cultura;
- Inserção de textos digitalizados nos espaços virtuais criados, sobre economia criativa, em seus mais diferentes enfoques e subáreas, de pesquisadores, artistas, gestores, estimulando discussões acadêmicas e comunitárias em bases virtuais;
- Agendamento de debates virtuais sobre economia criativa e políticas culturais.

Resumo

Tradicionalmente, o setor cultural, o qual abrange dentre outras atividades aquelas representadas pelas indústrias criativas, ou seja, a produção editorial, áudio-visual e fonográfica, era visto como um segmento pouco relevante, onde as prerrogativas aplicadas aos outros mercados não eram observadas com precisão. Economistas como Adam Smith e David Ricardo classificavam as despesas com bens culturais como lazer, sem contribuição efetiva para atividade produtiva. Todavia, com a modernização e o crescimento dos investimentos com educação, os bens culturais foram sendo mais demandados e valorizados, associados à melhor formação, lazer e à realização pessoal. Segundo o IBGE (2013), em 2004 as indústrias criativas representavam 7% do PIB mundial, com uma taxa de crescimento prevista de 10% ao ano de 2004 a 2014. Entende-se aqui ser de fundamental importância o estudo do setor cultural, por ser este essencial a um projeto político-econômico nacional que priorize a educação, com melhorias na qualificação do trabalhador e no desenvolvimento econômico, com inserção de áreas e populações marginalizadas. Desta maneira e conforme o exposto, o



projeto propõe realização de ação extensionista, no período de março de 2013 a maio de 2014, visando inserir a temática economia da cultura em redes sociais. Estas últimas são entendidas como diferentes maneiras de compartilhamento de informacnao em nível virtual, e são exemplos de redes sociais on line o facebook, o twitter e o MySpace.