

INSERÇÃO DO BORDADO NO SEGMENTO MODA-VESTUÁRIO NO CEARÁ: UMA ANÁLISE INSTITUCIONAL NO CAMPO DA ECONOMIA CRIATIVA

**II Encontro de Produção de Pesquisa Científica de Servidores Docentes e
Técnicos-Administrativos da UFC**

Ligia Carla de Lima Souza, Monica Cavalcanti Sa de Abreu

A inserção da moda na economia criativa propõe ao setor uma nova concepção na criação e desenvolvimento de um “produto de moda brasileiro”, capaz de articular no campo simbólico dos seus artefatos traços comuns e reconhecíveis no país e mobilizar esses elementos para que eles sejam destacados como portadores de uma identidade nacional. Nesse sentido, o artesanato, representante das expressões culturais, pode fornecer à indústria da moda estes elementos próprios de uma identidade local, ao mesmo tempo em que projeta a sua sustentabilidade, contribuindo com interesses sociais, culturais e econômicos, que perpassam o meio de atuação de diversas instituições. Considerando essa dinâmica, o artigo aborda a inserção do bordado no segmento de moda-vestuário, no estado do Ceará, por meio de uma análise do ambiente institucional formado por atores presentes na dinâmica da economia criativa, os quais foram relacionados seguindo a estrutura de arenas institucionais dos sistemas de negócio (sistemas político, financeiro, produtivo e mercado de trabalho), proposto por Whitley (1999). Para tanto, foi realizado um estudo qualitativo, tendo como estratégia de pesquisa o estudo de caso. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas com 22 representantes de 14 instituições. Os resultados indicaram um cenário desfavorável para a inserção do bordado na moda, mesmo com o reconhecimento dos atores da importância desta parceria em termos de: potencial de mercado, valorização cultural, desenvolvimento regional, favorecimento do turismo e oportunidade de emprego. A discussão final é proposta em termos da dificuldade de criação de capacidades institucionais para fortalecer a economia criativa, por meio da inserção do bordado na indústria da moda.

Palavras-chave: Economia Criativa. Ambiente Institucional. Setores criativos.