

Comunicação Organizacional e Economia Criativa: um olhar sobre o complexo cultural da Marinha no Rio de Janeiro

Identificação:

-Lorena Fraga Costa Moulin – mestranda em Gestão da Economia Criativa – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Rio), Assessora de Comunicação na Marinha do Brasil – lorenafragacosta@gmail.com;

-Lucia Santa Cruz – Doutora em Comunicação e Cultura, Professora Adjunta - Graduação ESPM Rio e Professora Adjunta - Mestrado Profissional ESPM Rio - lucia.santacruz@espm.br.

Este artigo objetiva identificar como o Complexo Cultural da Marinha, no Centro do Rio de Janeiro, estimula o desenvolvimento da Economia Criativa e a relação com as estratégias de Comunicação Organizacional da instituição. Será utilizado coleta de dados por pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, e duas entrevistas em profundidade, semi-aberta, com roteiro feito a partir de questões semi-estruturadas, com o gerente de visitação do Complexo Cultural da Marinha no RJ e o assessor de comunicação da instituição. Será realizado ainda análise de conteúdo, resultando abordagens categorizadas. Serão analisados o cenário de reestruturação da região do entorno do Complexo desde a criação do Corredor Cultural; a participação dos militares na economia criativa, a interação da Força Armada com a sociedade civil por meio de equipamentos culturais e as estratégias de comunicação organizacional nesse contexto. Uma possível conclusão é de que o Complexo auxilia na manutenção de cidadãos naquela região, por meio de seus equipamentos culturais a partir de estratégias de comunicação. Ele faz parte da pesquisa desenvolvida no Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa, da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), no Rio de Janeiro.

O argumento central deste trabalho é que o Complexo Cultural da Marinha, entre os pressupostos da Economia Criativa, configura-se como ator de promoção da reestruturação do espaço onde está localizado, proporciona a valorização do patrimônio histórico, cultural e o resgate da memória da região, além de contribuir com a interação da Força Armada com a sociedade.

Para a pesquisa exploratória que embasará este artigo, será utilizado o método qualitativo, de acordo com o objetivo descrito. A escolha do tipo de pesquisa se deve ao fato de que é necessário criar maior familiaridade com o tema escolhido, o qual ainda é pouco explorado, com o intuito de torná-lo mais explícito (GIL, 2002).

Palavras-chave

Economia Criativa, Cidades Criativas, Patrimônio Cultural, Complexo Cultural, Corredor Cultural, Marinha do Brasil.