

Apresentação

Festa, Organização e Cultura: Uma Introdução

As festividades constituem traço marcante de diversas culturas, mas ainda têm recebido pouca atenção por parte de estudiosos de diversos campos de discussão. Eventos festivos também representam a essência da economia cultural e constituem exemplos típicos sob o foco das áreas de estudos organizacionais e administração que tratam de temáticas associadas a artes, gestão cultural, projetos culturais e diversão. Festa é cultura, é organização cultural, é projeto cultural; tudo isso e ao mesmo tempo mais que apenas isso. Embebida em contextos históricos, tradicionais e contemporâneos, a festa revitaliza e dinamiza o espaço urbano e rural, marca e subverte o cotidiano e mobiliza o tecido social das sociedades humanas. O conjunto de artigos que compõem esta seção temática contribuem para pensar as relações entre festa, organização e cultura. Com isso, inauguram um caminho de pesquisa ainda muito carente no campo dos Estudos Organizacionais e da Administração no Brasil.

Os festejos no Brasil constituem experiências histórica e culturalmente significativas que engendram símbolos, materialidades, identidades, afetos, valores, sociabilidades (FANTINEL, 2016) em um arranjo de práticas que opera nos interstícios do cotidiano (CERTEAU, 2008). Festa é prática, é performance, é narrativa, é mobilização, é resistência. Festa é cultura, é criatividade, é protagonismo, é luta, é subversão, é inversão (RUBIM; MIRANDA, 2012). Como já dissemos na chamada de trabalhos desta seção temática, festa é cultura, é organização cultural, é projeto cultural; tudo isso e ao mesmo tempo mais que apenas isso.

Nos modos de organizar a festa, empreendem-se esforços e recursos na produção de temporalidades e espacialidades próprias, singulares, demarcadoras do convívio social, produtoras de sentido e constituintes da vida em sociedade. Do ponto de vista econômico, eventos festivos mobilizam capital financeiro, são fonte de sustento, traduzem-se em turismo, emprego, trabalho e renda, representam desenvolvimento local, caracterizam um importante segmento no campo da Economia Criativa. Ainda assim, na Administração, a quantidade de estudos que enfocam o objeto empírico da festa ainda não faz frente ao potencial contributivo desse fenômeno em nossa sociedade (DAVEL, 2016). Quando propusemos a chamada para esta seção, tínhamos por objetivo reunir perspectivas diversas que tivessem como elemento agregador o olhar organizativo sobre o fenômeno da festa, produzindo conhecimento relevante para acadêmicos e praticantes, que pudessem auxiliar no pensar e fazer acerca de festividades.

Este número temático convida contribuições teóricas, experienciais e teórico-empíricas que tragam olhares singulares e interdisciplinares sobre festas com relação a questões organizacionais e culturais emersas deste contexto. Consideramos organização e cultura a partir de conceitos amplos, inclusivos e abertos a múltiplos entendimentos. O coletivo de artigos produzidos para esta seção, que orgulhosamente publicamos nesta edição da *Pensamento & Realidade*, mobilizou de um grupo de pesquisadores cujas atenções se voltaram ao exame de celebrações como formas organizativas singulares dos contextos de que se apropriam.

Boa Leitura

Eduardo Davel e Letícia Dias Fantinel

Referências

CERTEAU, M. DE. *A invenção do cotidiano: 1 – Artes de Fazer*. Petrópolis: Vozes, 2008.

DAVEL, E. *A Festa como Organização: Cultura, Criatividade e Empreendedorismo. Projeto de pesquisa encaminhado ao CPNQ.* . [S.l.]: [mimeo]. , 2016

FANTINEL, L. As Sociabilidades nas Organizações: Da Sociologia Formal às Interações Cotidianas. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 5, n. 2, 17 set. 2016. Disponível em:

<<https://portalseer.ufba.br/index.php/rigs/article/view/12513/11741>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

RUBIM, L.; MIRANDA, N. (Org.). *Estudos da festa*. Salvador: EdUFBA, 2012.