UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA

JOÃO ROQUE SILVA JÚNIOR

■ ■ ■

**Cultura, Criatividade e Desenvolvimento
no Mercosul:**

desafios e possibilidades
para as indústrias criativas e culturais

■ ■ ■

São Paulo
2021

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA

JOÃO ROQUE SILVA JÚNIOR

■ ■ ■

Cultura, Criatividade e Desenvolvimento no Mercosul:

desafios e possibilidades
para as indústrias criativas e culturais

Versão Original

■ ■ ■

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências da Integração, sob orientação do Prof. Dr. Dennis de Oliveira.

São Paulo
2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

S95c Silva Junior, João Roque
 Cultura, Criatividade e Desenvolvimento no
Mercosul: desafios e possibilidades para as
indústrias criativas e culturais / João Roque Silva
Junior; orientador Dennis Oliveira - São Paulo, 2021.
 197 f.

 Dissertação (Mestrado)- Programa de Pós-Graduação
Interunidades em Integração da América Latina. Área
de concentração: Integração da América Latina.

 1. Criatividade. 2. Cultura. 3. Desenvolvimento
econômico regional. 4. Política cultural. 5. Economia
da cultura. I. Oliveira, Dennis, orient. II. Título.

SILVA JUNIOR, João Roque. **Cultura, Criatividade e Desenvolvimento no Mercosul: desafios e possibilidades para as indústrias criativas e culturais.** 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências da Integração) – Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Aprovado em: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

■ ■ ■

Ao Prof. Dr. Dennis de Oliveira, orientador desta dissertação, pelo apoio, amizade e acolhimento do meu projeto de pesquisa.

Aos professores e pesquisadores do Centro de Estudos Latinino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (Celacc), com os quais pude vivenciar e aprender a importância e o amor à pesquisa.

À Profa. Dra. Soledad Galhardo, amiga e mentora, com quem aprendi que criatividade e pesquisa sempre devem andar juntas.

À Profa. Dra. Karina Poli, pelas conversas e trocas fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa.

À Andrea Guimarães, pela generosidade em fornecer informações sobre o Micsul e pela entrevista concedida.

Aos componentes da banca de qualificação e defesa, o Prof. Dr. Wagner Tadeu Iglecias e o Prof. Dr. Anderson Vinicius Romanini.

Ao Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina, representado pelos professores Júlio Suzuki e Margarida Nepomuceno e pelos apoiadores Adga Fernanda e William Almeida dos Santos.

Aos anônimos mantenedores da Library Genesis, por sua contribuição inestimável à democratização do acesso.

À CAPES pela concessão de bolsa de estudo, sem a qual essa jornada teria sido menos proveitosa.

■ ■ ■

À Juliana, companheira de todas as horas, pelo apoio, estímulo, paciência e inspiração e pela década de carinho e amor. Gratidão eterna.

Aos meus pais, Joana e João e aos meus irmãos, Jeane, Getúlio e Ruth. Carinho sempre.

Às amigas Melanie Balp e Fatima Ferreiro, a quem sou grato por me convidarem para tocar no Auditorium André Malraux, em Lyon.

Aos amigos Gil Torres, Maíra Carvalho, Luis Matos e Alexandre Oliveira. Aos colegas de curso da Universidade de São Paulo e aos profissionais que revisaram e diagramaram o texto, Maurício Katayama e Camila Wanderley.

Aos artistas e trabalhadores da cultura.

...

Resumo
Abstract
Resumen

...

RESUMO

■ ■ ■

SILVA JUNIOR, João Roque. **Cultura, Criatividade e Desenvolvimento no Mercosul: desafios e possibilidades para as indústrias criativas e culturais**. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências da Integração) – Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Esta pesquisa tem por objetivo compreender o campo de interação da produção cultural no Mercosul, a partir do qual os pequenos e médios produtores atuam para viabilizar os seus produtos e serviços culturais. Para isso, a metodologia adotada foi de natureza qualitativa, composta pelas estratégias de pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de formulário *survey*, entrevista e estudo de caso, com finalidade descritiva e analítico-interpretativa. O primeiro capítulo tratou das mudanças e continuidades entre quatro conceitos: indústria cultural, indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa. A partir disso, o segundo capítulo discutiu como os Estados e as instituições supranacionais construíram os discursos da política cultural internacional por meio da associação entre cultura, criatividade e processos de desenvolvimento econômico e cultural. Em complemento, debateu brevemente as implicações dos regimes de regulação do comércio internacional para as políticas culturais. O terceiro capítulo foi dedicado à análise da institucionalização do que denominamos de discurso criatividade e desenvolvimento, tanto nas políticas culturais nacionais como no próprio Mercosul. Em seguida, empreendeu-se a avaliação do modelo de desenvolvimento do Mercado de Indústrias Culturais do Sul (Micsul). Os resultados finais sugerem avanços na última década, mas, na participação global, a posição da região é preocupante. Além disso, observou-se que o campo de interação do Mercosul oferece obstáculos consideráveis e um ambiente pouco favorável aos pequenos e médios produtores culturais. Entretanto, também se notou a marcante resiliência no Micsul e no Mercosul Cultural, isto é, a capacidade de manter uma agenda propositiva mesmo em contextos de crises política e econômica.

Palavras-chave: Cultura. Criatividade. Desenvolvimento. Mercosul. Indústrias Criativas.

ABSTRACT

■ ■ ■

SILVA JUNIOR, João Roque. **Culture, Creativity and Development in the Mercosur: challenges and opportunities for creative and cultural industries.** 2021. Dissertation (Masters in Integration Sciences – Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021).

This work intends to understand the field of interaction of cultural production that occurs within the Mercosur, focusing on small and medium-sized producers who provide cultural services and products. The methodology used to do so was qualitative in nature, composed by bibliographic and documentary research, surveys, interviews, and case studies, with a descriptive, analytical and interpretive purpose. The first chapter addresses the changes and continuity that have occurred among four concepts: cultural industry, cultural industries, creative industries, and creative economy. Based on these findings, chapter two discusses how States and supranational institutions constructed their discourses about international cultural policies through the association of culture, creativity, and economic and cultural development. Additionally, the second chapter briefly debates the implications of international trade regulations on cultural policies. The third chapter analyzes the institutionalization of the so called creativity and development discourse, found in national cultural policies as well as in the Mercosur itself. Next, the model of development of the MICSUL (Cultural Industry Market of the South) was evaluated. The final results suggest progress throughout the past decade, however, when analyzed in a global setting, the region's position is greatly concerning. Furthermore, the field of interaction observed in the Mercosur exhibits significant obstacles and an unfavorable setting for small and medium-size cultural producers. However, exceptional resilience was observed at both the MICSUL and Cultural Mercosur, that is, the ability to maintain a purposeful agenda even when facing political and economic crisis.

Keywords: Culture. Creativity. Development. Mercosur. Creative Industries.

RESUMEN

■ ■ ■

SILVA JUNIOR, João Roque. **Cultura, creatividad y desarrollo en el Mercosur: retos y posibilidades para las industrias creativas y culturales. 2021.** Disertación (Maestría en Ciencias de la Integración - Facultad de Comunicaciones y Artes, Universidad de São Paulo, São Paulo, 2021.

Esta investigación tiene como objetivo comprender el campo de interacción de la producción cultural en el Mercosur, desde el cual los pequeños y medianos productores actúan para viabilizar sus productos y servicios culturales. Para ello, la metodología adoptada fue de carácter cualitativo, compuesta por estrategias de investigación bibliográfica y documental, aplicación de formulario de encuestas, entrevista y estudio de caso, con fines descriptivos y analítico-interpretativos. El primer capítulo abordó los cambios y continuidades entre cuatro conceptos: industria cultural, industrias culturales, industrias creativas y economía creativa. Con esta base, el segundo capítulo discutió cómo los estados y las instituciones supranacionales construyeron los discursos de la política cultural internacional a través de la asociación entre cultura, creatividad y procesos de desarrollo económico y cultural. Además, discutió brevemente las implicaciones de los regímenes de regulación del comercio internacional para las políticas culturales. El tercer capítulo estuvo dedicado al análisis de la institucionalización de lo que llamamos el discurso de la creatividad y el desarrollo, tanto en las políticas culturales nacionales como en el propio Mercosur. A continuación, se realizó una evaluación del modelo de desarrollo del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR). Los resultados finales sugieren avances en la última década, pero en términos de participación global, la posición de la región es preocupante. Además, se observó que el campo de interacción del Mercosur presenta obstáculos considerables y un entorno desfavorable para los pequeños y medianos productores culturales. De igual forma, se destaca una resiliencia significativa por parte del Micsur y el Mercosur Cultural, a saber, la capacidad para mantener una agenda propositiva incluso en contextos de crisis políticas y económicas.

Palabras clave: Cultura. Creatividad. Desarrollo. Mercosur. Industrias creativas.

■ ■ ■

Lista de siglas

■ ■ ■

Abramus	Associação Brasileira de Música e Artes
Aladi	Associação Latino-Americana de Integração
Alalc	Associação Latino-Americana de Livre Comércio
Alba	Aliança Bolivariana para os Povos de Nossa América
Apex-Brasil	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
Asean	Associação de Nações do Sudeste Asiático
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAB	Convênio Andrés Bello
CDIS	Indicadores de Cultura da Unesco para o Desenvolvimento
Celac	Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos
Celacc	Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação
Cepal	Comissão Econômica para América Latina e o Caribe
CHEC	Encontro de las Economías Criativas de Chile
Cisac	Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores
CNCA	Conselho Nacional de Cultura e Artes
DCMS	Departamento de Cultura, Mídia e Esportes
DICM	Declaração de Integração Cultural do Mercosul
DPIs	Direitos de Propriedade Intelectual
EY	Ernst & Young
Firjan	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FMI	Fundo Monetário Internacional
GATS	Acordo Geral sobre Comércio de Serviços
Gatt	Acordo Geral de Tarifas e Comércio
GCABA	Ministério de Cultura do Governo da Cidade Autônoma de Buenos Aires
GLC	Great London Council
IA	Inteligência artificial
ISI	Industrialização com Substituição de Importações
MC	Mercosul Cultural
MEC	Marco de Estatísticas Culturais
Mercosul	Mercado Comum do Sul
Mica	Mercado das Indústrias Criativas da Argentina
Micsul	Mercado das Indústrias Culturais do Sul
Micuy	Mercado das Indústrias Culturais e Criativas do Uruguai
MPAA	Motion Picture Association of America

Nafta	Tratado Norte-Americano de Livre Comércio
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODMs	Objetivos de Desenvolvimento do Milênio
ODSs	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OEA	Organização dos Estados Americanos
OEI	Organização dos Estados Ibero-Americanos
OMC	Organização Mundial do Comércio
Ompi	Organização Mundial de Propriedade Intelectual
ONU	Organização das Nações Unidas
Parcum	Parlamento Cultural do Mercosul
PIB	Produto Interno Bruto
PIC	Protocolo de Integração Cultural
PNC	Plano Nacional de Cultura
Pnud	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RMC	Reunião de Ministros da Cultura
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEC	Secretaria de Economia Criativa
Sicsul	Sistema de Informação Cultural do Mercosul
SNC	Sistema Nacional de Cultura
SNIIC	Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
Tisa	Acordo de Comércio de Serviços
TPP	Acordo Transpacífico de Cooperação Econômica
TRIPs	Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio
TTIP	Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento
UE	União Europeia
Unasul	União de Nações Sul-Americanas
Unctad	Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
USMCA	Acordo Estados Unidos, México e Canadá

■ ■ ■

Sumário

■ ■ ■

16	Introdução
21	Metodologia
24	Capítulo 1 Cultura e mercado
25	1.1 Os meios técnicos e as formas simbólicas
29	1.2 Pressupostos teóricos
33	1.3 A indústria cultural
34	1.3.1 O conceito de indústria cultural
35	1.3.2 O sistema total
37	1.3.3 O conteúdo estandardizado
38	1.3.4 O valor de uso
39	1.3.5 Síntese da seção
41	1.4 As indústrias culturais
42	1.4.1 O conceito de indústrias culturais
44	1.4.2 Problemas
44	1.4.2.1 Negócio arriscado
45	1.4.2.2 Criatividade <i>versus</i> comércio
47	1.4.2.3 Altos custos de produção e baixos custos de reprodução
48	1.4.2.4 Bens semipúblicos
49	1.4.3 Respostas
49	1.4.3.1 O repertório compensa as perdas: o <i>hit</i>
49	1.4.3.2 Formatação: estrelas, gêneros e sequências
51	1.4.3.3 Concentração e integração
52	1.4.3.4 Escassez artificial
53	1.4.4 Síntese da seção
54	1.5 As indústrias criativas
56	1.5.1 O conceito de indústrias criativas
57	1.5.2 A reconceituação
59	1.5.3 Profusão de modelos
62	1.5.4 Os pequenos e os médios
64	1.5.5 Síntese da seção
65	1.6 Economia criativa
66	1.6.1 O conceito de economia criativa
68	1.6.2 A criatividade
70	1.6.3 A propriedade intelectual
72	1.6.4 O trabalho criativo
74	1.7 Seria o fim da economia criativa?
77	1.8 Síntese do capítulo

79	Capítulo 2 Cultura, criatividade e desenvolvimento
80	2.1 Pressupostos teóricos
85	2.2 A gênese das políticas culturais
89	2.3 A política cultural internacional
90	2.3.1 Cultura e desenvolvimento
97	2.3.2 Criatividade e desenvolvimento
105	2.3.3 Modelos de desenvolvimento
109	2.4 Os acordos comerciais e as políticas culturais
110	2.4.1 OMC
112	2.4.2 Acordos bilaterais
113	2.4.3 Acordos regionais
115	2.4.4 TRIPs
118	2.5 Síntese do capítulo
120	Capítulo 3 Cultura, política e integração
121	3.1 Desenvolvimento e integração na América Latina
124	3.2 As políticas culturais na América do Sul
126	3.2.1 Argentina
128	3.2.2 Brasil
130	3.2.3 Colômbia
133	3.2.4 Chile
134	3.2.5 Paraguai
135	3.2.6 Uruguai
139	3.3 As indústrias criativas e culturais no Mercosul
144	3.3.1 Patrimônio natural e cultural
145	3.3.2 Apresentações e festivais
146	3.3.3 Artes visuais e artesanato
147	3.3.4 Livros e imprensa
148	3.3.5 Mídia audiovisual e interativa
150	3.3.6 <i>Design</i> e serviços criativos
152	3.4 Mercosul Cultural
152	3.4.1 Institucionalização
156	3.5 Mercado das Indústrias Culturais do Sul
157	3.5.1 Histórico do Micsul
160	3.5.2 O modelo de desenvolvimento do Micsul
172	3.5.3 Os desafios
176	3.5.4 As possibilidades
179	Considerações finais
184	Referências
196	Apêndices

■ ■ ■

Introdução

■ ■ ■

Criar, contar e acreditar em histórias é o que mais e melhor o ser humano sabe fazer. Algumas narrativas foram contadas há milhares de anos e continuam a preencher livros e telas de alta definição com seus personagens e enredos. Curiosamente, embora sejam tantas, talvez até inumeráveis, como nos lembrou Jorge Luis Borges¹, o espaço, o ponto, a vírgula e as 22 letras do alfabeto são comuns a todas elas. No entanto, ainda que sejam recursos largamente acessíveis, não é qualquer combinação que resulta em narrativas que nos agradam. Os livros, os quadros, as músicas e os filmes sempre guardam algum mistério sobre as maneiras de contar e sobre aquilo que contam. É a permanência desse mistério que faz as expressões artísticas serem tão extraordinárias.

A maneira como valorizamos as formas simbólicas em nossa sociedade é o plano de fundo da presente pesquisa. Obviamente não se pretende apresentar uma resposta para um processo tão complexo, mas foi a partir da constatação de que valorizamos de uma certa maneira as ideias, os símbolos, as expressões e os objetos que esta pesquisa começou a ser desenvolvida. Assim, pode-se dizer que o tema deste estudo relaciona-se às estratégias e ações empresariais e estatais operadas para o controle e a difusão das formas simbólicas pelos territórios. Em outras palavras, trata dos processos de valorização econômica e cultural e suas formas de espacialização.

A partir desse quadro, o problema que nos pareceu de enfrentamento prioritário foi o das circunstâncias que restringem ou facilitam a produção e a difusão de formas simbólicas dentro dos blocos econômicos regionais. A pergunta mobilizada ao longo do estudo questiona se as instituições supranacionais são ambientes mais favoráveis à ampliação da participação internacional dos países em desenvolvimento e fortalecimento dos pequenos e médios produtores culturais.

¹ Faço referência ao conto “A Biblioteca de Babel”, em *Ficções*, de Jorge Luis Borges (2007).

Dito isso, o objetivo geral do estudo foi o de compreender o campo de interação da produção cultural no Mercosul, a partir do qual os pequenos e médios produtores, empreendedores e artistas precisam interagir para viabilizar os seus produtos e serviços. Para alcançar esse objetivo, inicialmente foi discutida a relação entre cultura e o mercado a partir de quatro conceitos: indústria cultural, indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa. Desse modo, buscou-se identificar os traços de continuidade e mudança nas formas de organização da produção, difusão e consumo cultural ao longo das últimas décadas. Ao adotar essa abordagem histórico-comparativa, pretendeu-se reconhecer as semelhanças e as diferenças entre esses conceitos-chave, o que possibilitaria, em tese, dar um primeiro passo na compreensão das características do campo de interação da produção cultural. Essa estratégia também nos permitiu perceber que os quatro conceitos têm algo importante a dizer sobre a produção cultural contemporânea.

É bastante comum o uso desses quatro conceitos em documentos de política cultural, sem que se ofereçam explicações sobre o que eles realmente querem dizer. Foram dois os motivos que levaram à identificação das semelhanças e diferenças entre os conceitos: o primeiro foi o de fornecer uma porta de entrada para futuras pesquisas sobre a economia e as indústrias criativas; o segundo foi o de construir as ferramentas básicas para lidar com os desafios dos capítulos posteriores.

Assim, o segundo capítulo examinou a forma como os Estados nacionais e, mais detidamente, as instituições supranacionais construíram a política cultural internacional por meio da associação entre cultura, criatividade e processos de desenvolvimento econômico e cultural. Ao longo da análise dos documentos, foi possível identificar dois discursos fundamentais, sendo o primeiro caracterizado pelo par “cultura e desenvolvimento”, com vigência no início dos anos 1970 e enfraquecimento no final dos anos 1990, e o segundo marcado pelo par “criatividade e desenvolvimento”, com predomínio a partir dos anos 2000 e possível término em 2015, ano de publicação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável pela ONU.

Um dos aspectos percebidos nesse sobrevoo sobre os documentos de política cultural da Unesco e Unctad foram os consideráveis ecos das políticas culturais nacionais francesas, em um primeiro momento, e britânicas, já no novo milênio. A partir desses entrelaçamentos entre as experiências nacionais dos países desenvolvidos com as políticas culturais internacionais que os países sul-americanos, e o próprio Mercosul, conseguiram estabelecer seus marcos de políticas culturais. Esse processo coincide com o restabelecimento das democracias na região e a implementação de um novo modelo de governança do capitalismo, ou melhor, de liberação de suas forças desestabilizadoras.

É nesse contexto de predominância do neoliberalismo, inclusive, que parte do segundo capítulo se propôs a um ensaio sobre os novos regimes de regulação do comércio internacional e as implicações para políticas culturais. Ainda que sejam discussões iniciais, foi possível perceber que os blocos econômicos regionais têm melhores condições para negociar exceções à liberalização dos mercados. De todo modo, serão necessários aprofundamentos futuros,

uma vez que a emergência da economia digital tem alterado as lógicas de relação entre compradores e vendedores, produtores e consumidores, artistas e públicos.

O estudo da política cultural internacional no segundo capítulo possibilitou dar mais um passo na identificação das características do campo de interação da produção cultural no âmbito do Mercosul. Entre os principais aprendizados estão o reconhecimento das interações entre as políticas nacionais e internacionais assim como a identificação de regras e exceções que podem favorecer ou limitar a atuação dos pequenos e médios produtores culturais. O ponto de conexão mais imediato entre as condições regulatórias e as práticas das empresas e dos indivíduos é a política cultural.

Traçado o panorama sobre a valorização da arte, cultura e criatividade como insumos e catalisadores de processos de desenvolvimento econômico e social, o terceiro capítulo foi dedicado à análise da situação dos países mercosulenhos e do próprio Mercosul. Primeiro procurou-se identificar quando e como – dentro da longa história da trajetória de busca por unidade e integração regional – a cultura passou a ser considerada um fator valorizado e, portanto, com certa importância para os processos de desenvolvimento tão almejados na América Latina.

Em seguida, o estudo dedicou-se à análise da institucionalização das políticas culturais nacionais, com enfoque no discurso de criatividade e desenvolvimento. Em complemento, foram analisados alguns indicadores de comércio e emprego em seis domínios culturais de Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Paraguai e Uruguai. Esse levantamento permitiu a identificação de um contexto mais dinâmico do ponto de vista regional, mas extremamente preocupante quando comparado com os dados internacionais.

Por último, empreendeu-se a análise do Mercosul Cultural e do programa Mercado de Indústrias Culturais do Sul (Micsul). O objetivo foi o de identificar o modelo de desenvolvimento do Micsul e quais seriam os seus desafios e as possibilidades para o futuro. Nessa etapa da pesquisa foi possível perceber como os quatro conceitos discutidos no primeiro capítulo estão presentes nos documentos de política cultural, mas incorporados sem um tratamento crítico, o que compromete o desenho de políticas, já que não parecem considerar o desenvolvimento da área e as especificidades dos países.

Além disso, observou-se como os discursos das políticas internacionais, os documentos normativos e as regras do comércio internacional impactam as pequenas e médias empresas, embora isso dependa do volume de recursos e capitais econômico, cultural e simbólico desses agentes. Durante o encontro do Micsul muitas empresas conseguiram fechar negócios e construir vínculos mais estáveis, enquanto outras não tiveram a mesma felicidade. Ainda que essa disparidade seja esperada, sobretudo por se tratar de um mercado vitrine, isto é, onde há maior oferta de produtos e serviços e um potencial menor de compra, o desenho do programa de ação precisaria identificar esses aspectos problemáticos para viabilizar ao máximo trocas comerciais e circulação de produtos e serviços entre os países.

Em síntese, pode-se dizer que o campo de interação do setor cultural na região compreendida pelo Mercosul oferece consideráveis obstáculos e um ambiente pouco favorável aos pequenos e médios produtores culturais. Embora possam ser identificados importantes avanços, como a institucionalização das políticas para a criatividade e um crescimento do comércio interno, em termos gerais, a região pirou a sua participação internacional.

Problema semelhante ocorre no Mercosul Cultural, pois ao mesmo tempo que se nota uma recorrente referência à cultura como um fator de desenvolvimento e um meio capaz de aprofundar os níveis de integração, a inconstância das políticas e a inexistência de um plano de ação de curto e médio prazo sugere que as pequenas e médias empresas têm poucas opções de incentivos e proteção na estrutura do bloco regional.

Ao lado disso, contudo, deve-se destacar a visível resiliência do Micsul ao longo de suas três edições. De fato, o contexto político regional, o prolongamento da crise financeira de 2008 e a presença cada vez maior das empresas transnacionais não são obstáculos simples de serem superados. Mesmo assim, os relatos recebidos também revelam que o Micsul construiu um clima positivo e colaborativo entre os participantes do encontro, algo que pude testemunhar na edição de 2018, em São Paulo.

■ ■ ■

Metodologia

■ ■ ■

A presente pesquisa é de natureza qualitativa, composta pelas estratégias de pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de formulário *survey*, entrevistas e estudo de caso, com finalidade descritiva e analítico-interpretativa.

No primeiro capítulo as estratégias adotadas foram a pesquisa bibliográfica e a abordagem histórico-comparativa. Com isso, foi possível construir um quadro conceitual bastante amplo com as diferenças e semelhanças entre quatro conceitos fundamentais da produção cultural, o que propiciou a compreensão de limites e possibilidades desses conceitos quando confrontados com os discursos das políticas culturais.

Para o segundo capítulo, a estratégia foi a da análise documental, especificamente os documentos de política cultural internacional. Com isso, pode-se estudar as políticas culturais como discursos, textos, processos e práticas (BELL; OAKLEY, 2015). Essa estratégia facilitou a identificação de dois discursos fundamentais: cultura e desenvolvimento e criatividade e desenvolvimento, frequentemente referidos para justificar a ação pública, como as políticas de restrição e incentivo.

No terceiro capítulo foi adotado um conjunto de estratégias, uma vez que o objetivo era analisar a política cultural como prática. Para tanto, foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental nas três primeiras seções, o que possibilitou a organização de uma série de informações sobre as políticas culturais de Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Paraguai e Uruguai, além da estruturação de dados sobre os seis domínios culturais.

Quanto ao estudo de caso, previsto para a última parte da pesquisa, foram feitas a entrevista e transcrição, a análise documental, a análise de textos publicados no *website* micbr.cultura.gov.br e a aplicação de formulário modelo *survey* não probabilístico (VELUDO-DE-OLIVEIRA, 2001) para 406 participantes do Micsul, entre os meses de maio e outubro de 2020, com um total de 57 respostas recebidas.

Ainda foi realizado o levantamento dos domínios e seguimentos de atuação das 406 empresas e organizações participantes do Micsul a partir do Marco de Estatísticas Culturais

da Unesco. As informações coletadas foram apresentadas na seção dedicada ao estudo do modelo de desenvolvimento do mercado regional. Tabelas e gráficos foram utilizados para auxiliar a visualização e servir de base para os comentários analíticos-interpretativos desenvolvidos nessa etapa da pesquisa.

■ ■ ■

CAPÍTULO 1

Cultura e mercado

■ ■ ■

1.1 OS MEIOS TÉCNICOS E AS FORMAS SIMBÓLICAS

■ ■ ■

Buscando esclarecer o significado das relações entre música e economia no século XVIII ocidental, Jacques Attali (2014) assinala que quando a música entrou no jogo da competição econômica também ficou sujeita às regras e contradições da economia capitalista. É nesse período que o músico começa a superar sua condição de menestrel (ministro ou empregado) de uma corte para ocupar uma posição de empreendedor. Embora o artista permaneça impotente diante da transformação do seu trabalho em *commodity*, ele experimenta uma liberação criativa e financeira. Attali (2014, p. 47) reforça esse paradoxo ao dizer que “o artista nasceu ao mesmo tempo que seu trabalho foi colocado à venda”.

Um outro testemunho das transformações em torno da produção artística nesse período encontra-se no capítulo LXII da segunda parte do romance *Dom Quixote*, de Miguel de Cervantes. Em um passeio pelas ruas de Barcelona, Dom Quixote entra em uma oficina de impressão de livros, na qual se depara com uma enorme máquina impressora, em torno da qual se organizavam as etapas de produção gráfica. Enquanto circulava pela oficina, Dom Quixote conversou com um tradutor, discutiu sobre os direitos do autor, do impressor e do livreiro, e presenciou seu próprio livro sendo reproduzido e assinado por um autor de Tordesilhas. Além de instrutiva, a excursão pela oficina flagra o momento em que a obra original e sua cópia já estão separadas e mostra, em tom jocoso, a agilidade surpreendente dos plagiadores.

No caso do músico, o aprimoramento das técnicas de impressão por Johannes Gutenberg, em cerca de 1450, influenciou o advento de novas formas musicais e a criação de outros produtos e fontes de renda, com a possibilidade de comercializar partituras impressas. Situação análoga se deu com o escritor, que não mais dependia dos poucos manuscritos resultantes sobretudo, dos trabalhos dos escribas em monastérios. Embora cada uma dessas formas artísticas tenha um ritmo próprio de desenvolvimento, é certo que em ambas o efeito

da indústria gráfica foi decisivo para que os artistas se aventurassem em outras oportunidades de sustentação da atividade criativa.

A partir da segunda metade do século XIX, com o aprimoramento do telégrafo e a invenção do telefone, da radiografia, do fonógrafo, do cinema e da televisão, a relação entre os meios técnicos e as formas culturais – como música, espetáculos, literatura, pinturas e notícias – tornou-se ainda mais interdependente, a tal ponto que, a partir da segunda metade do século XX, a produção cultural e o desenvolvimento tecnológico não podem mais ser compreendidos separadamente (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 193-269). Além do desenvolvimento dos meios tecnológicos e da autonomização das linguagens artísticas, também ocorreram mudanças de ordem econômica, com o desenvolvimento do capitalismo industrial, e de novas configurações do poder político, com a formação dos Estados-nação. Esse conjunto de mudanças criou as condições para a formação do que John B. Thompson (1998) denomina de *cultura mediada*.

Entre as possibilidades de delimitar esse fenômeno de mediatização da cultura moderna, três aspectos gerais chamam a atenção. O primeiro é a continuidade da interação e interdependência entre as linguagens artísticas, meios de comunicação e informação. O segundo aspecto é o fato de que parte da produção cultural não está restringida por sua localização geográfica. Inicia-se, portanto, um movimento crescente de globalização dos bens culturais. Em 1849, por exemplo, era possível consumir literatura de ficção em estações ferroviárias ou ler jornais internacionais em ambiente privado (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 130). O terceiro aspecto, e talvez mais significativo para este estudo, é a maneira de conceber a produção de bens culturais e comunicacionais a partir da lógica industrial.

Em relação a esse último aspecto, da associação entre as formas simbólicas e a indústria moderna, nota-se uma característica particularmente interessante. O termo *indústria* serviu para distinguir importantes reflexões sobre a produção cultural. Isso perdurou mesmo com as mutações sofridas pela produção industrial nas últimas décadas. Não menos significativo é o fato de que nem todas as linguagens artísticas ou formas de produção cultural adotaram os procedimentos de organização industrial em suas técnicas, poéticas e esquemas de criação e distribuição. Pode ser, então, que a aproximação entre esses termos signifique mais do que uma simples comparação.

Alguns exemplos de reflexões que adotaram o termo *indústria* para se referir à produção cultural podem ajudar a entender melhor o que estava em jogo. A primeira referência indireta está em um texto do crítico Walter Benjamin escrito em 1936, em que o autor sugere que a arte passou a ter uma nova condição diante do aperfeiçoamento das técnicas modernas de reprodução. A primeira referência direta apareceu em 1947, com os filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer. Em um esforço para compreender as consequências da aplicação da lógica da reprodução serial, racionalização e divisão técnica do trabalho às formas artísticas e ao domínio da criatividade, foi cunhado o termo *indústria cultural*. A segunda referência direta surgiu nos anos 1980, como resultado das pesquisas do sociólogo francês Bernard

Miège (1987). Ao contrário de um sistema único de produção, Miège constatou a existência de lógicas diversas de produção e distribuição, o que o levou a propor o termo *indústrias culturais*, no plural. Em 1998, o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido nomeou como “indústrias criativas” cerca de treze áreas ligadas à produção cultural e tecnológica. Diferentemente das anteriores, essa terceira referência surgiu do ambiente político, e não propriamente do acadêmico. A quarta e última referência apareceu no início do século XXI e foi proposta pelo jornalista inglês John Howkins, em 2001, e pelo pesquisador Richard Florida, em 2002. Apesar de a palavra indústria não ser identificada com um setor específico, o emprego do termo *economia criativa*, proposto por Howkins e Florida, pretende abarcar tanto as referências anteriores, isto é, o setor cultural, como o campo da robótica, da tecnologia digital e demais domínios científicos.

Na literatura sobre o assunto, embora a importância desses quatro momentos não tenha sido completamente esclarecida, parece existir uma espécie de fio condutor que os interconecta. O campo acadêmico buscou apontar algumas afinidades e diferenças entre esses conceitos – ainda que não de forma explícita, como se pretende fazer neste capítulo. Com base nessa constatação, espera-se mostrar como o diálogo entre os conceitos pode ser útil para pensar as políticas culturais contemporâneas. Como é próprio das ideias, algumas continuaram a manter seu potencial descritivo sobre a produção cultural e outras foram naturalmente superadas ou esquecidas. Justamente por isso, um dos objetivos deste primeiro capítulo é entender as mudanças nas maneiras de pensar a produção cultural a partir de 1945. De maneira mais pontual, pretende-se mostrar um panorama específico da relação entre cultura e mercado a partir das reflexões acadêmicas.

Para tanto, alguns aspectos precisam ser ressaltados. O primeiro é que a centralidade das discussões sobre esses quatro conceitos diz respeito à realidade e aos problemas dos países desenvolvidos. Nesse sentido, um dos desafios desta pesquisa é trazer as contribuições de pesquisadores latino-americanos para o debate sobre os conceitos, assim como ressaltar os dilemas regionais. Essa é uma tarefa que permeará toda a pesquisa, e não apenas o presente capítulo. A segunda é que o ponto de vista adotado neste estudo não permitirá um detalhamento dos processos específicos da inserção de cada país no mercado de bens simbólicos. Também não é objetivo deste estudo abordar o desenvolvimento das políticas culturais individualmente, exceto quando for realmente necessário. Por isso, as referências contextuais buscarão descrever características que representem as condições gerais dos países ligados ao bloco regional, o Mercosul. Por último, não é intuito deste trabalho deter-se nas características dos processos produtivos, organizacionais e distributivos de um ramo específico, como o da imprensa, o editorial ou o musical. Essas questões serão abordadas apenas de maneira geral.

Espera-se, assim, compreender as diferenças entre os conceitos de indústria cultural e indústrias culturais; as implicações da substituição dos adjetivos *cultura* por *criativo*; e a alteração do termo *indústria* pelo nome *economia* ou, se preferir, a substituição de uma modalidade específica de produção pela própria lógica de organização dos recursos disponíveis.

Portanto, este primeiro capítulo organiza-se a partir das tensões entre mercado e cultura. Esse recorte possibilitará, na sequência, o estudo mais detalhado do outro polo de produção cultural, aquele integrado por Estados nacionais e organizações internacionais – tema de discussão do segundo capítulo. Ora atuando de maneira restritiva, ora como patrocinadoras e organizadoras, essas instituições, a partir de 1945, passaram a ser determinantes para pensar a cultura como desenvolvimento, manifestação dos valores nacionais, expressão da diversidade, índices de democratização e representatividade. Trata-se de outro vetor que atua como mediador entre a autonomização da cultura e a produção mercantil (ORTIZ, 2006, p. 18). Desse modo, o objetivo é pensar as instituições públicas como esse terceiro agente intermediário entre as forças dinâmicas e imprevistas da cultura e os interesses do mercado.

Antes de dar seguimento às questões apontadas, algumas linhas serão dedicadas à apresentação dos pressupostos teóricos que guiarão este estudo.

1.2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

■ ■ ■

A mudança de posição social do músico no século XVIII ocidental, consoante Jacques Attali, ocorreu em meio àquilo que Vincent Mosco (2009, p. 129) denomina de processo de *comoditização* dos fenômenos culturais. Trata-se da transformação do valor de uso de um determinado produto em valor de troca no mercado, gerando o excedente de capital. De maneira semelhante, esse é um dos elementos que impulsiona a impressão dos exemplares da segunda parte das aventuras de Dom Quixote.

Sobre o processo geral de comoditização, Mosco (2009, p. 133) sugere três enfoques, os quais têm norteados diversos estudos sobre o fenômeno da produção cultural a partir da perspectiva da economia política da comunicação. O primeiro foco é centrado na *comoditização do conteúdo*, isto é, o estudo da transformação de mensagens – variando de bits de dados a sistemas de pensamento significativo – em produtos mercantilizáveis. Uma das características dessa abordagem é propor a equivalência entre o *status* da *commodity* e o sentido do conteúdo cultural, reconhecendo, assim, que o produto cultural seja particularmente poderoso, capaz de gerar excedente de produção e formar a consciência dos indivíduos. Uma consequência dessa abordagem é sugerir que a produção cultural na sociedade capitalista, sobretudo na comunicação de massa, reproduz os interesses do próprio capital.

A segunda abordagem é a *comoditização da audiência*, que, de modo geral, é entendida como a tentativa de influenciar e prever os comportamentos do público, tornando-o, assim, igualmente comercializável para anunciantes ou para a economia como um todo. O que é importante nessa perspectiva de estudo é a consideração de algum nível de agenciamento, diferente da ideia de uma passividade total da audiência ou de um otimismo extremo, como está implícito na noção de coprodutores para se referir aos usos que se fazem dos

produtos midiáticos. Essa abordagem traz a discussão sobre o papel dos serviços públicos de difusão e das políticas públicas de cultura.

A terceira abordagem é aquela que estuda os processos de *comoditização do trabalho*. Diferentemente das duas anteriores, Mosco (2009, p. 139) aponta que os estudiosos no campo da comunicação têm dado mais atenção à esfera do consumo do que aos processos em torno da produção, o que comprometeria uma compreensão mais adequada sobre o trabalho nas indústrias da mídia. Com isso, teria se constituído uma imagem romântica desse tipo de trabalho em comparação com outros setores da indústria. Uma das consequências, por exemplo, é a ênfase na criatividade individual, a qual, segundo Mosco, apenas esconde os complexos processos de produção.

Nesses três processos de comoditização, nota-se uma preocupação em abordar os elementos centrais da produção cultural, os quais são sintetizados pela tríade produtor-produto-consumidor. Além disso, Mosco (2009) aponta outros dois processos mais recentes, que estariam relacionados ao ambiente das novas mídias, denominados de *comoditização imanente e externalização*. Apesar do esforço de sair do campo tradicional da economia política – o estudo das corporações, estruturas estatais e instituições –, o vetor da comoditização, como visto até aqui, sugere uma tendência essencialista dos processos. Não importa o que se faça: tudo vira mercadoria. De fato, Mosco (2009, p. 127) reconhece esse argumento desfavorável, ao qual se contrapõe veementemente, dizendo que as fundamentações filosóficas de economia política da comunicação consideram a mudança social, o processo social e as relações sociais.

Para o desenvolvimento deste estudo, entretanto, adotaremos parcialmente o quadro teórico proposto por Vincent Mosco, o que não significa que discordamos do ponto de vista da economia política da comunicação. Trata-se justamente do contrário, pois a ênfase nos processos de comoditização dos fenômenos culturais tem permitido a construção de novas perspectivas. Especialistas como Jeremy Rifkin (2001) defendem que há uma culturalização da economia contemporânea; Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), por sua vez, argumentam que o modo de produção do capitalismo contemporâneo está centrado na produção estética, e não mais no produto em si. Assim, a busca por uma visão intermediária se justifica pela necessidade de trazer para o primeiro plano outros elementos envolvidos na valorização dos fenômenos culturais. Para tanto, adotaremos a noção de “processos de valorização”, proposta por John B. Thompson (2011), para se referir aos principais vetores da produção cultural, quais sejam: a valorização simbólica e a valorização econômica.

Antes de detalharmos as vantagens dessa abordagem intermediária, é oportuno apresentar o conceito de cultura que conduzirá o ponto de vista desta pesquisa. Para isso, é preciso ressaltar que o objetivo deste trabalho não é realizar a análise cultural propriamente dita, embora a cultura seja o tema principal do estudo. O foco deste estudo está naquilo que Pierre Bourdieu (2017) chama de *campo de interação* das indústrias culturais e criativas, isto é, o conjunto de circunstâncias previamente estabelecidas em que os indivíduos,

isoladamente ou em grupo, buscam realizar suas demandas. Entretanto, não é possível compreender esse campo de interação sem conhecer o seu principal recurso: a cultura.

Dito isso, para o desenvolvimento do estudo adotaremos a *concepção estrutural* de cultura, também proposta do John B. Thompson (2011). Nessa concepção, os fenômenos culturais são entendidos como “formas simbólicas em contextos estruturados”. Por forma simbólica compreendem-se as ações, objetos e expressões significativas de vários tipos, como as formas relacionadas à interação face a face e às formas simbólicas difundidas pelos meios tecnológicos. O contexto estruturado, por sua vez, são as condições sócio-históricas em que as formas simbólicas estão inseridas, seja na produção, transmissão ou recepção. No caso da produção cultural vinculada ao setor econômico, essas formas simbólicas assumem o caráter de bens culturais. Apesar dessa diferença, não será feita uma distinção entre a dimensão simbólica e a dimensão comercial do bem cultural – isso porque os processos de valorização podem ocorrer de maneira complementar.

A interdependência entre os processos de valorização simbólica e comercial é, portanto, uma primeira vantagem de uma abordagem intermediária, isto é, uma abordagem que busca relacionar pontos de vista da economia política da comunicação e dos estudos críticos da comunicação de massa. Embora a comoditização seja evidente para o caso da maior parte dos produtos da mídia, essa noção não parece ser suficiente para explicar os complexos processos de valorização em uma perspectiva mais ampla de funcionamento das formas simbólicas em contextos de política públicas de cultura, nos quais o Estado, e não o setor privado, é o principal incentivador. Questões como representação, democratização, desenvolvimento e diversidade passam a ser parâmetros centrais para a atuação e a contestação dos agentes envolvidos. No segundo capítulo deste estudo será discutido em detalhes o papel dos estados e das instituições supranacionais na implementação de estratégias de governabilidade em torno da produção cultural.

A segunda vantagem é complementar à primeira. Se é possível argumentar que os valores simbólico e econômico podem beneficiar-se reciprocamente – por exemplo, quando um artista conquista prestígio e isso se reflete no aumento do seu cachê –, é igualmente válido dizer que cada um desses processos de valorização é repleto de conflitos e disputas. Thompson (2011, p. 204) denomina essa situação de *conflitos de valorização simbólica e conflitos de valorização econômica*. Ainda que cada tipo de conflito tenha características próprias, o que se explica pela posição e as características de cada campo de interação, no contexto das políticas culturais esse conflito parece colocar em lados opostos os que defendem a cultura como um insumo para a produção de mercadorias e serviços e os que defendem a cultura relacionada às demandas identitária, emancipatória, histórica, espiritual e estética.

A terceira e última vantagem é que a noção de processos de valorização proposta por Thompson (2011) implica, como mencionado acima, considerar os contextos sociais estruturados para o desenvolvimento da análise. Especificamente, Thompson se refere ao conceito de *campos de interação*. Para o objetivo deste estudo, o conceito de *campos de*

interação diz respeito ao espaço de posições e ao conjunto de trajetórias determinadas, em certa medida, pelo volume e distribuição de variados tipos de recursos ou capital. Assim, para alcançar os seus objetivos particulares dentro de um campo de interação, os indivíduos ou grupos baseiam-se nos diferentes tipos de recursos e capital, como o econômico, o cultural e o simbólico. Além disso, deverão lidar com os vários tipos de regras, convenções e esquemas, sejam os de caráter mais flexível ou os mais estáveis. Espera-se que ao final dos dois primeiros capítulos seja possível reconhecer um *campo de interação* do setor cultural no contexto do Mercosul, com o qual os pequenos e médios produtores e empreendedores deverão lidar para atingir os seus objetivos.

Após essa breve introdução e discussão dos pressupostos teóricos que fundamentam o presente estudo, serão tratados de maneira mais aprofundada os marcos histórico-conceituais mencionados acima. A saber: o conceito de *indústria cultural*, a reconceituação com o termo *indústrias culturais*, no plural, a logomarca política das *indústrias criativas* e um termo ainda em processo de definição, conhecido como *economia criativa*.

1.3 A INDÚSTRIA CULTURAL

■ ■ ■

O desenvolvimento das tecnologias de comunicação, gravação sonora, reprodução de imagens e transmissão de sinais eletromagnéticos, entre a segunda metade do século XIX e a década de 1930 do século XX, colocou a produção simbólica definitivamente na agenda dos interesses econômicos, das preocupações políticas e das discussões intelectuais. Não bastasse o potencial encantatório desses novos meios técnicos e suas dinâmicas de interação social, o uso comercial e político dos textos, imagens e sons tornaram a produção cultural uma das expressões do poder na modernidade. John B. Thompson (1998) denomina de poder simbólico, ao lado do que chama de poder econômico, político e coercitivo, a atividade de produção, transmissão e recepção capaz de influenciar acontecimentos e ações dos indivíduos.

Uma das feições da capacidade de circulação de informação nas primeiras décadas do século XX foi a chamada de comunicação de massa, isto é, uma modalidade de comunicação organizada segundo o espírito da racionalização da técnica, portanto integrada à lógica do desenvolvimento do capitalismo industrial. Os acontecimentos históricos na Europa, com a supressão dos levantes revolucionários, o fim da Primeira Guerra Mundial, o desenvolvimento do stalinismo e o surgimento do fascismo na Alemanha, segundo Thompson (2011), foram interpretados pelos teóricos críticos como uma reorientação para fins reacionários daquilo que seria o potencial revolucionário das sociedades modernas.

A mobilização dos sentimentos irracionais e a canalização da ira das massas pelos líderes carismáticos, recorrendo, para isso, às capacidades técnicas dos novos meios de comunicação e informação, fizeram com que muitos passassem a duvidar dos benefícios dessas tecnologias de produção e difusão das formas simbólicas quando usadas pelos governos. Mas não só isso, pois a mercantilização das formas culturais nas indústrias do entretenimento europeias e norte-americanas pareciam inviabilizar a cultura e a arte como

atividades reflexivas e emancipatórias. Foi sob esse plano de fundo que os teóricos Theodor Adorno e Max Horkheimer – exilados nos Estados Unidos por conta do regime nazista alemão – propuseram o conceito de indústria cultural para se referir às condições de produção simbólica na primeira metade do século XX.

1.3.1 O conceito de indústria cultural

■ ■ ■

O uso da expressão *indústria cultural* para caracterizar o processo avançado de comoditização e midiatização das formas simbólicas pode ser considerado como uma espécie de reação – ou susto, para dizer o mínimo. Essa expressão apareceu pela primeira vez no livro *Dialética do esclarecimento*, publicado em 1947 por Adorno e Horkheimer. A escolha dos termos opostos, indústria e cultura, mostrava uma certa ironia em relação às condições de produção artística e cultural, além de um prognóstico pessimista dos efeitos. De todo modo, a estratégia dos autores teve êxito, pois a percepção por eles evocada influenciou e ainda está presente no meio acadêmico.

Para Adorno (1977, p. 289), “as produções do espírito no estilo da indústria cultural não são mais também mercadorias, mas o são integralmente”. Assim, os bens simbólicos são sempre suspeitos, pois, de algum modo, tendem a perpetuar os valores do capitalismo industrial, sobretudo a finalidade última, que é a obtenção de lucro. Para mostrar a semelhança do setor cultural com os outros setores da indústria, Adorno e Horkheimer (1985) recorreram à analogia com indústria automobilística. Entre eles, há em comum a racionalização e a divisão do trabalho, como se verifica, por exemplo, na indústria cinematográfica. Contudo, em relação ao poder desses setores, não é possível compará-los. A indústria cultural é, na visão dos autores, dependente dos verdadeiros donos do poder, o que implica, portanto, que uma de suas funções seja a de organizar os consumidores dispersos para um melhor desempenho do capital investido no conjunto da economia.

Na visão de Adorno e Horkheimer, os bens culturais produzidos pelas indústrias do som, das notícias e da imagem seguem o modelo de planejamento e manufatura com o objetivo apenas de acumulação capitalista – seja a acumulação do próprio setor cultural, seja o ganho dos demais setores produtivos. Essa função econômica dos bens culturais teria “atrofiado a capacidade do indivíduo de pensar e agir de maneira crítica e autônoma” (THOMPSON, 2011, p. 132). O planejamento com a finalidade lucrativa leva ao estabelecimento de padrões e esquemas para cada novo produto. A medida é sempre a última realização mais vendável, portanto a produção cultural de indústria da música e do cinema está sempre reforçando o estereótipo. É nesse sentido que o conceito de indústria cultural pressupõe um sistema total, uma vez que se manifesta como uma lógica única para os bens culturais reproduzíveis e é compatível com o sistema de produção industrial.

1.3.2 O sistema total

■ ■ ■

A ideia de que a indústria cultural funciona como um sistema total é sem dúvida uma das características das abordagens de Adorno e Horkheimer. No texto clássico “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas”, de 1947, essa sugestão é reafirmada em diversos momentos. Os autores argumentam que, ao contrário de uma fragmentação social, com a perda de poder dos regimes religiosos, a indústria cultural caminha para uma organização tanto das aparências do mundo (edifícios, fachadas, utensílios, conjuntos habitacionais e cidades) como da intimidade comportamental dos indivíduos. Nesse sentido, ela cria os padrões hierárquicos falsos por meio de sua programação e os entrega para os demais setores da economia a fim de que aperfeiçoem seus lucros. É, por isso, um sistema total de comoditização, cuja “racionalidade técnica é a racionalidade da própria dominação” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100).

Esse sistema total se organizaria em pelo menos dois níveis. O primeiro se refere à integração do setor da indústria cultural ao conjunto da economia capitalista. Apesar de ser uma integração dependente – o rádio e o cinema, por exemplo, dependem dos anunciantes e dos financiadores – não é desprezível o papel desempenhado pela indústria cultural, funcionando como uma *public relations* (ADORNO, 1977, p. 289) na formação de uma clientela para os demais setores. O segundo nível se daria por meio de um amplo projeto de padronização, autorreferência, esquematização e fórmulas de produção e distribuição entre os seguimentos da música, rádio, cinema, editorial e notícias.

Ademais, Adorno (1977, p. 289) lembra que o termo indústria deve ser tomado com cautela, pois, apesar de compartilhar os processos de organização com os demais setores, no nível da produção cultural ocorrem processos mistos. Isto é, não são todos os ramos que empregam máquinas e um rígido regime de divisão do trabalho, pois alguns conservam formas de produção individual. Entretanto, essa individualidade se dá apenas em aparência, ou seja, a individualidade no sistema total da indústria cultural é apenas uma ilusão de que nem tudo faz parte de um grande catálogo de produtos.

Contrários a essa ideia do sistema total, três argumentos podem ser considerados. O primeiro é a constatação feita por Bernard Miège (1987) de que os subsetores da indústria cultural funcionam em lógicas próprias, portanto distintas entre si. Esse argumento, contudo, será detalhado somente na segunda seção deste capítulo, quando for discutido o conceito de indústrias culturais. O segundo argumento propõe que a concepção de sistema total tem implícito um tipo particular de cultura e de ser humano culto capaz de vivenciá-la. O terceiro argumento é derivado do segundo, uma vez que esse sistema hermético, em que as partes não se relacionam com o todo, parece desconsiderar as contradições concretas no interior do sistema.

Em relação à concepção de cultura implícita nas objeções à indústria cultural feitas por Adorno e Horkheimer² (1985), o teórico francês Edgar Morin (1997) propõe que, de fato, as novas condições de produção cultural fizeram emergir uma terceira concepção, a *mass culture*, com tendências cosmopolitas e planetárias. O problema é que a cultura para a *intelligentsia*, segundo Morin (1997, p. 16), não evoca o mundo da televisão, do rádio, do cinema, dos *comics*, da imprensa, das canções, do turismo, das férias, dos lazeres, mas Mondrian, Picasso, Stravinsky, Alban Berg, Musil, Proust e Joyce. Por isso a reação à cultura de massa é manifestada às vezes como um barbarismo plebeu ou como uma forma de distração imposta pelos donos do poder.

Para Umberto Eco (1979), nesse mundo em choque, a concepção de homem ainda segue o modelo de “um fidalgo renascentista, culto e meditativo”. Dessa forma, a reação pessimista é esperada, mesmo diante dos problemas que o homem da civilização de massa³ deverá trilhar. Nesse sentido, a noção de um sistema total reforçado pela indústria cultural teria traços de uma reação conservadora.

Com efeito, a integração da produção cultural ao sistema industrial é uma característica dessa terceira cultura⁴ da qual fala Morin. Contudo, os Estados nacionais, sobretudo a partir de 1945, também passam a apoiar o modelo de produção e difusão industrial para garantir os seus interesses, inclusive os interesses públicos. Além disso, e esse é o terceiro argumento, não se deve

ignorar que, no interior do modelo (total), continuam a agitar-se as contradições concretas, que ali se estabelece uma dialética de fenômenos tal que cada fato que modifique um aspecto do conjunto, embora aparentemente perca relevo ante a capacidade de recuperação do sistema-modelo, na verdade nos restitui não mais o sistema A inicial, mas um sistema A¹. (ECO, 1979, p. 51)

Nessa mesma linha de argumentação, Morin (1997, p. 26) propõe que “a criação cultural não pode ser totalmente integrada num sistema de produção industrial”. Apesar de os produtos culturais derivarem das técnicas de organização e clichês, é imprescindível que esses produtos sejam originais e manifestem alguma individualidade. Esse impulso ao novo está presente em todos setores produtivos, mas no setor cultural ele se apresenta como uma

2 Deve-se ressaltar que Adorno e Horkheimer entendem a cultura, isto é, as artes literárias, musicais e pictográficas, como formas autônomas em relação à sociedade tradicional da época. Assim, o que eles lamentam é tanto a dependência aos valores tradicionais como a submissão aos interesses mercantis e, portanto, redução a funções meramente ideológicas na cultura de massa (ORTIZ, 2006). É a cultura como espaço da liberdade que é invadida pela sociedade industrial.

3 Embora os termos cultura e civilização de massa, de fato, enfatizem apenas uma das condições da cultura moderna, isto é, a dimensão industrial, este trabalho reconhece que a sociedade moderna é também técnica, burocrática, capitalista, classista, burguesa e individualista (MORIN, 1997, p. 14).

4 O conceito de terceira cultura se refere ao resultado das interações com os meios massivos de difusão e à fabricação de bens culturais em regime industrial. A terceira cultura é diferente das culturas clássico-humanistas e nacionais, embora projete-se ao lado dessas duas. A terceira cultura é oriunda da imprensa, rádio, cinema e televisão (MORIN, 1997).

exigência indispensável, tanto é que à incapacidade de criar uma obra original atribui-se um julgamento negativo, como a ideia de plágio ou o desprestígio.

Assim, segundo Morin (1997, p. 28), “a contradição invenção-padronização é a contradição dinâmica da cultura de massa” e é onde reside a sua forma criativa e vitalidade. Ao contrário de um sistema total, para Eco e Morin o que existe é um sistema dinâmico, em que as forças sociais lutam para impor suas demandas, inclusive com uma abertura para a invenção. Por isso, o conteúdo dos bens culturais expressa muito mais do que a lógica acumulativa do capital investido.

1.3.3 O conteúdo estandardizado

■ ■ ■

O ponto de vista totalizante da indústria cultural está propenso a enfatizar apenas o valor econômico dos bens culturais. Para esse ponto de vista, deve haver uma coincidência entre as modalidades de produção (racionalização) e as características externas e internas dos bens culturais. É isso o que Adorno e Horkheimer (1985, p. 103) sugerem ao dizer que “desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz de adivinhar o desenvolvimento do tema”.

Essa antecipação do conteúdo só é possível porque a cultura sofreu processos de estandardização, ou seja, ocorreu “a substituição da obra pela fórmula” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 104). Dito de outro modo, a obediência a esquemas previamente estabelecidos liquidou a obra de arte como veículo de ideias. Por isso, ao invés de despertar uma visão crítica da realidade, os bens culturais apenas normalizariam o *status quo*.

Entretanto, sem negar que os investidores visam lucro e que a indústria cultural use esquemas de produção e difusão, não é verificável que o conteúdo cultural se reduza a fórmulas e que comunique apenas a ideologia dominante. Ao menos dois argumentos podem ser considerados. O primeiro argumento propõe uma visão mais complexa do conteúdo da indústria cultural, portanto uma visão intermediária entre *inventividade e padronização*. Assim, reside no setor cultural a convivência, segundo Morin (1997, p. 28), entre um “universo imenso estereotipado no filme, na canção, no jornalismo, no rádio e, por outro lado, essa invenção perpétua... essa zona de criação e de talento no seio do conformismo padronizado”. Por isso, acrescenta o filósofo francês, “nem a divisão do trabalho nem a padronização são, em si, obstáculos à individualização da obra” (Morin, 1997, p. 31). Embora a indústria cultural manipule o par antitético *autor-vedete*, verificam-se brechas para inovação e criatividade.

O segundo argumento deriva do que John B. Thompson (2011, p. 139) chama de “falácia do internalismo”, uma vez que o analista cultural, o homem culto, supõe que as características que ele identifica no produto cultural serão mantidas para as pessoas em geral. Porém, como defende Thompson, não se pode imaginar que as formas simbólicas sejam fixas e controladas

a tal ponto que o seu sentido permaneça igual para todos ao mesmo tempo e em todos os lugares. A ideia de um produto petrificado e composto por mensagens que buscam apenas iludir pressupõe que o uso também é previamente determinado.

1.3.4 O valor de uso

■ ■ ■

Apesar de reconhecer que no âmbito da produção da indústria cultural nem todas as etapas são automatizadas ou organizadas segundo a divisão racional do trabalho, Adorno (1977) reserva à individualidade, no seu sistema total, um papel de mera ilusão. Assim, nem os escritores, compositores, roteiristas e jornalistas teriam alguma margem para expressar sua individualidade, nem os consumidores desses bens culturais estariam em condições para exercitar sua autonomia e singularidades no uso desses bens. Nesse sistema, cada produto “é um modelo da gigantesca maquinaria econômica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105). O produto cultural e, por conseguinte, a própria cultura, reafirma Adorno (1977, p. 289): “avilta os homens ainda uma vez”.

Uma objeção imediata a essa visão severa dos filósofos alemães em relação aos usos dos bens culturais é considerar aquilo que Thompson (2011) denomina de “falácia do internalismo”, como mencionado anteriormente. Para o autor, a suposta internalização da lógica de produção no ato do consumo é uma falácia justamente por não considerar os complexos processos psicossociais envolvidos na recepção e apropriação dos bens culturais. Deduzir os impactos desses produtos apenas por derivação é esquecer que há uma atividade contínua de interpretação e assimilação. Esses processos sociais, por sua vez, estão relacionados ao contexto sócio-histórico e à posição que os indivíduos ocupam no *campo de interação*.

É certo que os meios massivos propagam imagens, sons e textos estereotipados, o que certamente determina níveis de socialização e identidade. Por outro lado, não é menos verdadeiro que os indivíduos são capazes de manter distância intelectual e emocional na interação com as formas simbólicas. Desconsiderar esse aspecto e reduzir as dinâmicas sociais ao determinismo dos meios massivos pode resultar em políticas culturais extremamente elitistas de exclusão ou catequização do público, principalmente quando se recorre ao que é supostamente elevado.

Não se trata, contudo, de colocar o problema do uso dos bens culturais em termos extremos, mas, como propõe Umberto Eco (1979), interrogar qual ação cultural possibilita aos meios de comunicação e informação veicular outros valores culturais. Ao colocar essa pergunta, o problema é redirecionado do sistema total ao plano do direito e, portanto, para o domínio dos usos diários que os indivíduos de diferentes estratos sociais fazem dos bens

culturais entregues pelas lojas, aparelhos de rádio, televisão, cinema, grupos sociais, escola, entre outros. Não se trata de discutir a qualidade ou o nível desse ou daquele produto, mas considerar a “relação de fruição que cada um de nós alternadamente se coloca” (ECO, 1979, p. 58). De fato, a circulação consciente entre os níveis, gêneros e linguagens artísticas parece ser o principal desafio para o indivíduo formado no contexto da cultura de massa.

1.3.5 Síntese da seção

■ ■ ■

O aperfeiçoamento dos meios de difusão e sua aplicação industrial na produção e distribuição de bens simbólicos (jornais, revistas, canções, fotografias, filmes, programas de rádio e televisão) resultaram em desafios técnico-operacionais, políticos, comerciais e, como evidenciado nesta primeira seção, em desafios conceituais. Notou-se que os primeiros esforços para compreender as implicações da produção massiva de bens simbólicos vieram dos estudiosos ligados ao grupo denominado Escola de Frankfurt, na primeira metade do século XX. Talvez a principal contribuição desse grupo, em especial de Horkheimer e Adorno, tenha sido a de alertar para o crescente poder daquilo que eles denominaram de indústria cultural.

Influenciados pelas grandes guerras, pela crise do sistema capitalista e a emergência dos regimes totalitários em solo europeu, Adorno e Horkheimer perceberam, por exemplo, como o uso da radiodifusão pelo regime nazista poderia levar à manipulação política ou reforçar a privação do trabalhador (BIRDSALL, 2012). Nessa altura, a suposição de que a indústria cultural funcionava como uma engrenagem totalizante parecia explicar a dissolução de todo um modo de vida. Isso justificaria, em parte, o teor pessimista do conceito de indústria cultural.

Contudo, muitos autores, na esteira dos filósofos alemães, começaram a identificar outros aspectos da produção cultural, tanto da lógica organizacional como nos efeitos sociais e culturais. Nos tópicos denominados de sistema total, conteúdo standardizado e valor de uso, discutidos acima, podemos perceber como as observações de Edgar Morin, Umberto Eco e John B. Thompson ajudam a ampliar os limites das visões de Adorno e Horkheimer.

Além disso, a partir de 1945, muitos dos Estados nacionais, envolvidos diretamente na Segunda Guerra Mundial, passaram atuar ativamente na produção de bens culturais. Primeiro com a modernização e implementação dos sistemas de comunicação e informação. Depois, ao invés de restringir, alguns países apoiaram a produção de bens simbólicos dos produtores locais, muitas vezes com a justificativa de fortalecer as exportações dos valores da cultura nacional e, outras vezes, a fim de suprir a demanda por conteúdos importados. Um outro fator importante é que as políticas culturais passaram a ser efetivamente elaboradas a partir desse período. Contudo, durante muitos anos, prevaleceu a noção de alta cultura como referência para patrocínio estatal e os bens culturais entregues pelas lojas, cinemas e rádios foram

considerados formas culturais menores. O problema, porém, é que um crescente número de pessoas acessava apenas essas novas formas simbólicas tecnologicamente mediadas.

A mudança de perspectiva cultural, o aumento da produção e dos fluxos globais de bens simbólicos, a formação de novos hábitos culturais, a intensificação da relação entre a arte e os meios tecnológicos, as desigualdades entre polos de produção e consumo, a emergência de novos Estados nacionais e, por último, o surgimento de instituições supranacionais dedicadas ao tema da cultura serão alguns dos parâmetros a partir dos quais o conceito de *indústrias culturais*, no plural, deverá lidar. Esse será o assunto da próxima seção.

1.4 AS INDÚSTRIAS CULTURAIS

■ ■ ■

O fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, se deu com a derrota dos regimes autoritários na Europa Ocidental e a vitória do bloco de países majoritariamente capitalistas, liderados pelos Estados Unidos. Iniciava-se, assim, um longo período de polarização do mundo entre países socialistas e países capitalistas. Concomitante a isso, do lado dos países ocidentais, estabeleceram-se as regras de governança política e econômica, com a criação de uma série de instituições e instrumentos de administração do capitalismo e pacificação social.

Essas instituições e o conjunto de valores democráticos possibilitaram, ao menos para os países vencedores, que o modo de gerenciamento do sistema econômico resultasse em uma maior partilha das riquezas. Até 1973, os países europeus capitalistas – e, em certos pontos, também os Estados Unidos e Canadá – vivenciaram a chamada *época de ouro do capitalismo*, tendo como uma de suas características o estabelecimento dos serviços públicos de proteção social. Entre esses serviços estavam os sistemas de comunicação de informação, as políticas de proteção e incentivo ao cinema nacional e as políticas culturais.

Mas, como os teóricos críticos alemães tinham notado, o processo de comoditização levado a cabo pelo capitalismo não daria trégua. Depois do fim da guerra, foi estabelecido o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (Gatt), cujo objetivo foi implementar as regras e condições para a expansão do capitalismo. Com isso, o mercado de bens simbólicos, dominado pelos Estados Unidos, entrou na agenda do comércio internacional. Não só os Estados nacionais buscaram proteger os seus mercados, como a própria noção de cultura nacional passou a servir de argumento contra o poderio das indústrias do entretenimento norte-americanas. Além disso, os desenvolvimentos dos sistemas de fibra óptica, satélites e informática definitivamente globalizaram os fluxos de bens simbólicos.

Nessa nova ordem, os países latino-americanos precisariam acelerar os seus processos de desenvolvimento econômico e criar as condições para implementar as democracias participativas. Dois marcos nessa trajetória tiveram grande importância para a região. O primeiro foi a criação da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura (Unesco), em 1946, e o segundo foi o estabelecimento da Comissão Econômica para América Latina e o Caribe (Cepal), em 1948, ambas pertencentes ao sistema da Organização das Nações Unidas (ONU). Com isso, por cerca de duas décadas a Cepal foi a principal referência na busca por um modelo próprio de desenvolvimento econômico, uma vez que as diretrizes fornecidas pelos países centrais não correspondiam às exigências próprias dos países na periferia do capitalismo.

Entre os diversos temas do desenvolvimentismo latino-americano, a formação de um mercado de bens culturais não se constituiu como foco dos setores dos programas ou das propostas de desenvolvimento regional nem despertou interesse dos intelectuais, ao menos no caso brasileiro, como afirma Renato Ortiz (2006, p. 16). Apesar disso, do ponto de vista global, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) começou e desenvolver estudos e programas que tentavam relacionar as indústrias culturais e o desenvolvimento econômico, social e cultural dos países. É nesse contexto geral que surge o conceito de indústrias culturais, o qual será estudado a seguir.

1.4.1 O conceito de indústrias culturais

■ ■ ■

A ideia de que a produção de bens simbólicos e a própria cultura estariam organizadas como um sistema total, isto é, submetidas à racionalidade técnica e interessadas apenas na acumulação econômica, passou a ser questionada por alguns estudiosos. Isso porque, a partir do final dos anos 1960, a sociedade, a cultura e os negócios tornaram-se cada vez mais entrelaçados, e os bens simbólicos, como filmes, músicas, notícias, livros e *shows*, começaram a ter maior significância social e política. Por isso, alguns estudiosos e legisladores preferiram o usar o termo *indústrias culturais*, no plural.

Um dos principais responsáveis por essa nova proposição foi o sociólogo francês Bernard Miège, em uma obra coletiva intitulada *Capitalisme et industries culturelles*. Miège (1987) argumenta que em suas pesquisas tem sido possível encontrar um conjunto de *lógicas sociais distintas*, relacionadas com os processos produtivos e trabalho, o que contraria a ideia um campo unificado, governado por um único processo. De maneira sintética, as lógicas sociais identificadas por Miège são: produção editorial, fluxo de produção de radiodifusão, produção de informação escrita, a produção do entretenimento ao vivo e produção de informação eletrônica (MIÈGE, 1987, p. 274).

Além disso, Miège aponta dois aspectos que devem ser considerados. O primeiro é que a industrialização e as novas tecnologias usadas na produção cultural levaram a um aumento da comoditização das formas simbólicas, mas esse processo também resultou em novas expressões e inovações estéticas e culturais. Portanto, a comoditização das formas simbólicas é um processo ambivalente. Isso não quer dizer que se deva celebrar as indústrias culturais, mas apenas ressaltar que seu funcionamento é um processo de valorização complexo (THOMPSON, 2011). O segundo aspecto se refere à natureza incompleta da tentativa de expansão do capitalismo sobre a esfera da cultura. Ao contrário de um processo de comoditização regular e sem resistência, Miège entende que as indústrias culturais são marcadas por um jogo de disputas, contestações e ressignificações. Nesse sentido, o antropólogo Néstor García Canclini (2015, p. 96) mostra como o popular e o culto elaboram novas estratégias para lidar com a reorganização industrial, mercantil e espetacular dos processos simbólicos.

Outra contribuição fundamental para o conceito de indústrias culturais veio do pesquisador britânico Nicholas Garnham. A partir de uma compreensão da cultura como um processo material de produção e troca, Garnham (1990, p. 156) aponta que o conceito de indústrias culturais é central para a análise da atividade cultural e da política pública de cultura, uma vez que esse conceito vai contra uma tradição idealista de análise cultural. Essa tradição, segundo Garnham, tende a definir a cultura como algo fora do âmbito da produção material e da atividade econômica, por isso, frequentemente, rejeita o mercado e recorre ao setor público apenas de maneira reativa.

Além de evidenciar a lógica tradicional de valor cultural centrado na figura do artista criativo, o conceito de indústrias culturais propicia também uma atenção para o domínio do setor privado, tanto por sua capacidade descritiva como por sua funcionalidade analítica. No primeiro caso, Garnham (1990, p. 156, tradução nossa) descreve as indústrias culturais da seguinte maneira:

Indústrias culturais se referem às instituições em nossa sociedade as quais empregam modos característicos de produção e organização de corporações industriais para produzir e disseminar símbolos em forma de bens e serviços culturais, geralmente, embora não exclusivamente, como *commodities*.

Em relação à capacidade analítica, Garnham (1990, p. 158) enfatiza que o conceito de indústrias culturais permite focar os *efeitos* sobre os processos culturais dentro do modo capitalista de produção de bens e serviços culturais. Uma vez que os produtos são distribuídos e produzidos como *commodities*, é esperado que o setor cultural apresente características do sistema econômico como um todo. Por isso, as indústrias e companhias (instituições) competem por: renda do consumidor; receitas para propaganda; tempo do consumidor e trabalho qualificado.

Assim, Garnham (1990) propõe que a natureza particular das indústrias culturais pode sim ser explicada por tendências gerais da produção de *commodities* no modo de produção capitalista, como foi sugerido por Adorno e Horkheimer. Contudo, a competição, a busca por lucros e o aumento da produtividade assumem uma forma específica no setor cultural. Essa forma específica ocorre em função das seguintes características do setor: a necessidade de

maximização da audiência, a escassez estimulada artificialmente e a criação de repertório. Em suma, para Garnham (1990, p. 162) “é a distribuição cultural e não a produção cultural o lugar chave do poder e do lucro”. O acesso à distribuição é, portanto, o maior desafio para a pluralidade cultural. Por isso, as políticas culturais precisam ter estratégias específicas para o acesso aos bens simbólicos.

Se o problema do setor cultural comercial é maximizar a audiência para recuperar, na reprodução, os valores investidos na produção e ser, conseqüentemente, recompensado pelos riscos assumidos devido à impossibilidade de prever e criar demanda, a *função editorial*, segundo Garnham (1990, p. 162), é o nódulo central dentro das indústrias culturais. Trata-se de uma função intermediária que liga os produtores e seus bens e serviços culturais aos consumidores. Essa função, necessariamente criativa, é exercida pelo editor, produtor, programador e editor-chefe para dinamizar os processos em jornais, revistas, livros, televisão, rádio, filme, gravação e transmissão. Para Miège (1987), não só o modelo editorial, mas o modelo de fluxo e modelo de informação escrita também devem ser considerados.

Feita essa breve apresentação do conceito de indústrias culturais, a seguir serão discutidas algumas características distintivas do setor, isto é, apesar de guardarem semelhanças com a produção de *commodities* no modo capitalista, as indústrias culturais têm particularidades. Assim, o objetivo é entender as contribuições analíticas do conceito de indústrias culturais, a partir de um conjunto de problemas e respostas enfrentados pelos agentes do setor cultural. Para isso, o esquema proposto por David Hesmondhalgh (2015) servirá de guia na organização das discussões. Por último, é necessário frisar que o foco analítico e crítico estará nas grandes empresas, ou seja, naquelas que fazem jus ao termo indústria. Ao lado disso, serão tecidos alguns comentários do ponto de vista das políticas culturais.

1.4.2 Problemas

1.4.2.1 Negócio arriscado

A decisão de comprar um produto cultural é relativamente difícil, assim como também pode ser penoso se aventurar na produção de um livro, um filme, um fanzine ou montar uma rádio. Comprar e produzir bens e serviços culturais são escolhas de risco por dois motivos básicos. Primeiro porque nunca se sabe o nível de compensação que um livro, uma peça de teatro ou espetáculo musical podem gerar e, segundo, não é possível determinar o grau de aceitação e adesão a determinado produto cultural. É um negócio de risco porque o uso da *commodity* cultural é altamente *volátil* e *imprevisível*, pois em geral o valor atribuído está relacionado com as dinâmicas das distinções sociais (BOURDIEU, 2017).

David Hesmondhalgh (2015, p. 27) destaca dois fatores no âmbito da produção que geram conflitos e incertezas e, portanto, reforçam a questão do risco. O primeiro deles se manifesta através de uma autonomia limitada na relação entre os *criadores simbólicos*⁵ e as companhias. Isso ocorre porque o objetivo das companhias é construir um *hit*, um sucesso, e não propriamente uma inovação estética. Assim, o conflito está constantemente presente na relação entre criadores e financiadores. Para ilustrar esse tipo de embate, veja-se o caso do álbum *Araçá Azul*, de Caetano Veloso, lançado em 1973. O intérprete baiano acabara de retornar do exílio quando um produtor da Philips Records, André Midani (2015), lhe deu total autonomia para que gravasse o que quisesse. O resultado foi um fracasso de vendas, com a devolução de diversas unidades do álbum. No entanto, do ponto de vista do valor cultural, *Araçá Azul* consagrou-se como um marco de inovação da estética tropicalista.

O segundo fator é a relação de dependência que as companhias mantêm umas com as outras, algo que ocorre na divulgação de um novo livro, que ganha visibilidade por meio de um anúncio ou resenha publicada por um jornal, de uma recomendação por uma emissora de rádio ou um comercial em um canal de televisão. Porém, isso não garante que o livro seja bem avaliado por críticos, jornalistas e demais divulgadores. Em outras palavras, a publicização é também uma fonte de incertezas.

Ciente dos altos riscos da produção simbólica – dos quais não escapam nem as empresas de grande porte –, as políticas culturais passaram atuar no suporte financeiro aos pequenos e médios produtores, na criação de cotas de exibição, horários especiais para divulgar a produção local. A experiência do Great London Council (GLC), liderada por Nicholas Garnham, entre 1979 e 1986, é considerada uma das primeiras tentativas de usar as indústrias culturais como estratégia para desenvolvimento local (O'CONNOR, 2010, p. 27). Na América Latina, Canclini (1987) foi talvez o primeiro a pensar a relação entre indústrias culturais e a democratização.

1.4.2.2 Criatividade *versus* comércio

O conflito entre criatividade e comércio é um aspecto secular da relação entre dinheiro e arte. Jacques Attali (2014) mostra que a passagem da música inscrita inteiramente na dimensão do uso para uma existência como *commodity*, portanto passível de ser produzida, estocada, comercializada e analisada, trouxe ambivalências fundamentais para as artes. De fato, até a metade do século XVIII ocidental, o músico ou era nômade ou funcionário doméstico de algum

5 O termo criadores simbólicos se refere ao trabalho de atores, escritores (jornalistas, autores de livro, roteiristas, blogueiros e publicitários), comediantes, músicos, pintores, fotógrafos, cineastas, operadores de câmera, dançarinos, escultores entre outros que se denominam diretores, produtores e designers nos ramos da televisão, cinema, teatro e música (HESMONDHALGH, 2015, p. 6).

senhor feudal. Mas, a partir do momento em que a música se tornou institucionalizada como *commodity*, o jogo da competição econômica possibilitou que o músico experimentasse níveis de autonomia e liberdade, apesar de estar sujeito às regras do capitalismo. Para Hesmondhalgh (2015, p. 28), contudo, não há necessariamente uma oposição entre comércio e criatividade, mas uma “relação dialética”.

No âmbito da competição econômica, a atividade criativa necessita de alguma autonomia, sem a qual não é possível garantir a originalidade do bem cultural. Por outro lado, essa relativa liberdade tende a sofrer restrições e gerar expectativas tanto dos financiadores como do público. Mas isso não significa que os financiadores são insensíveis à criatividade ou que o público seja incapaz de reconhecer o valor de uma obra. A questão é que, dentro do capitalismo, os bens culturais são ao mesmo tempo mercadoria e outras coisas mais, isto é, são julgados pelo valor cultural, estético, espiritual, histórico e identitário. Nos meios musical, teatral e literário, por exemplo, é muito comum que o ganho de visibilidade pelo artista coincida com a perda da admiração do público “orgânico” (que o valoriza enquanto ele é mantido em menor nível de repercussão comercial).

Mas há outra fonte de conflitos entre a criatividade e o comércio. Junto com a autonomização da arte (ORTIZ, 2006) se deu a criação romântica do artista como gênio, inspirado por forças desconhecidas e capaz de sintetizar o espírito de uma época. Essa tradição da expressão autoral está presente no ambiente da música clássica, no *rock’n’roll*, no cinema, nas artes plásticas e na moda. Sem dúvida, a mistificação da criatividade como oposta ao comércio gera uma série de tensões e incertezas nas indústrias culturais. André Midani (2015), na função de diretor artístico de gravadoras multinacionais, narra diversos episódios em que teve de lidar com a síndrome de gênio de artistas nacionais e internacionais. Entre eles, os episódios que envolveram Tim Maia, Rod Stewart e Prince são os mais emblemáticos.

Essa mesma tensão é comum no campo das políticas culturais. Do ponto de vista histórico, somente a partir dos anos 80 é que se tornou mais frequente o subsídio estatal para as artes ligadas às indústrias culturais, como o *rock*, o *hip-hop* e o cinema. Normalmente, eram as belas artes que recebiam o patrocínio público. Uma das razões pela qual o Jack Lang, ministro da Cultura francês, ficou internacionalmente conhecido foi sua tentativa de expandir a política cultural francesa para incluir outras manifestações artísticas.

Na América Latina, a história das políticas culturais é mais complexa. Sobre esse ponto específico, Lia Calabre (2013, p. 333) aponta que a Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais (Mondiacult), sediada no México em 1982, foi fundamental para alargar o escopo das políticas culturais na região. Não só as artes e as letras, mas os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores e crenças deveriam ser considerados nas políticas culturais. Ainda como consequência desse encontro, deve-se destacar a publicação que se tornou um marco internacional: trata-se do conjunto de textos “Indústrias culturais: um desafio para o futuro da cultura”, produzidos pela Unesco. O conteúdo desse documento será discutido no segundo capítulo.

1.4.2.3 Altos custos de produção e baixos custos de reprodução

A equiparação entre os setores de produção industrial é útil para realçar alguns aspectos que eles possuem em comum, mas ela não deve ser compreendida como suficiente. Em certos pontos, realmente, a produção cinematográfica e jornalística compartilhava algumas semelhanças com a produção automobilística⁶, mas suas lógicas de uso são completamente diferentes. A despeito disso, a comparação ajuda a esclarecer por que a maximização da audiência é necessária para o setor das indústrias culturais, se o produtor for um agente privado. No caso das ações dos agentes públicos, mesmo que almeje ampla democratização, é preciso considerar outros fatores, como condições de acesso, adequação e qualidade.

O filme *Avatar* (2009), dirigido por James Cameron e produzido pelo estúdio 21st Century Fox, ficou por dez anos como a maior arrecadação da história do cinema mundial. Com um orçamento de 237 milhões de dólares e receita total de quase 3 bilhões de dólares, o filme é um exemplo de funcionamento da lógica das indústrias culturais, pois, como constatou Garnham (1990), o ponto-chave do setor cultural não está na produção, mas na distribuição. É na distribuição que se pode observar as dinâmicas de poder, como a mobilização das diversas mídias para promover o produto cultural e o controle dos canais de distribuição, como é o caso das salas de exibição na indústria cinematográfica. É também na distribuição, marcada pelos custos baixos de reprodução, onde ocorre a rentabilidade do *hit*, do filme de sucesso.

A produção de bens culturais e a de automóveis são diferentes justamente nesse último aspecto. Apesar de ambas terem custos elevados na produção, no caso da indústria automobilística, a reprodução das unidades a partir do protótipo implica também em custos fixos pouco variados, por isso suas unidades são caras. Além disso, a produção cultural não encontra necessariamente os obstáculos espaçotemporais, ou seja, o filme pode retornar às salas de cinema a qualquer momento. Em 2019, por exemplo, o filme *Avatar* foi exibido em diversos países, com sessões especiais e cenas inéditas, o que se deu sem grandes custos, uma vez que a digitalização dos bens culturais torna cada mais barata a reprodução simbólica.

Essa lógica de funcionamento das indústrias culturais implica muitos desafios para as políticas culturais. Os principais pontos de tensão têm sido manter a circulação cultural em circuitos dominados pelo *mainstream* e, alternativamente, criar formas de acesso para o público interessado em outras linguagens e em conhecer novas produções. Esse tema passou a ser lentamente inserido nas preocupações governamentais somente a partir dos anos 1980. Embora tenha se passado quase meio século, a disputa pelos canais de distribuição somente ganhou outros traços de dramaticidade.

⁶ Adorno usou essa comparação para se referir à racionalidade técnica e ao modo de organização na produção de bens culturais e automóveis (MATTELART; MATTELART, 2003, p. 76).

1.4.2.4 Bens semipúblicos

As *commodities* culturais raramente são destruídas pelo uso, ou melhor, o uso individual de certos produtos culturais não impede que outros indivíduos também possam usá-los. Embora o valor simbólico de um bem cultural, isto é, o seu prestígio social, mude com o tempo, isso não significa a destruição do bem cultural, como ocorre com a maioria dos bens utilitários – aqueles que apreciam a música popular ainda conseguem ouvir o lundu “Isto é bom”, de Xisto Bahia, gravado em 1902 pela Casa Edison e considerado o primeiro fonograma da música brasileira. Ao invés do desgaste, o uso do produto cultural pode torná-lo um bem público, seja porque o disco foi escutado em uma reunião entre amigos, seja porque a canção, de tão difundida, tornou-se um patrimônio nacional ou regional.

O acesso aos novos dispositivos eletrônicos e os baixos custos de reprodução, de acordo com Hesmondhalgh (2015), tornam esse caráter semipúblico ainda mais verdadeiro. Desde as antigas práticas de escuta coletiva de um álbum até a multiplicação de arquivos digitais, os bens culturais raramente permanecem restritos ao detentor do suporte físico ou arquivo original. Para as companhias produtoras (ao menos até o surgimento dos arquivos digitais), isso não era um problema, pois a escuta ou leitura coletiva era um ambiente de formação do gosto, o que poderia resultar em uma nova aquisição.

De todo modo, o aspecto semipúblico dos bens simbólicos é um fato que reduz a demanda. Por outro lado, o consumo de um filme, uma música ou um livro tende a estimular o consumo de outros filmes, outras músicas e assim por diante. Assim, o aspecto semipúblico pode também aumentar a demanda por certos produtos. Essa é uma característica distintiva do setor cultural e, por isso, as companhias geralmente elaboram estratégias de atuação para reduzir os riscos. Do ponto de vista das políticas culturais, o caráter semipúblico dos bens simbólicos é uma vantagem em todos os sentidos, uma vez que potencializa os acessos e as ofertas de outras manifestações culturais.

Os problemas da volatilidade da demanda, a imprevisibilidade, as tensões entre criativos e burocratas, o baixo custo da reprodução e a dimensão pública dos bens simbólicos parecem tornar as indústrias culturais dependentes de um modelo de negócio extremamente agressivo, com a busca pela maximização da audiência e aperfeiçoamento das técnicas de controle. A seguir serão discutidas quais respostas foram dadas para cada um dos problemas vistos acima. A perspectiva é crítica e reflexiva a partir da visão das companhias, e, assim como nos demais tópicos, serão feitos comentários a fim de mobilizar a visão das políticas culturais. O objetivo é evidenciar o potencial do conceito de indústrias culturais para a análise do setor privado.

1.4.3 Respostas

1.4.3.1 O repertório compensa as perdas: o *hit*

Para lidar com os riscos, como a imprevisibilidade de aceitação do produto cultural, as companhias das indústrias culturais passaram a criar os repertórios (ou catálogos de filmes). No caso da indústria fonográfica, por exemplo, a estratégia para assegurar o sucesso é bastante simples, pois, como indica Hesmondhalgh (2015, p. 30), a gravação de até nove músicas no disco garantiria ao menos um *hit*. Necessariamente, oito músicas serão perdidas, ou podem até podem gerar outro sucesso, mas o que importa é que os ganhos com uma música compensem todos os custos. Nessa lógica, quanto maior for o repertório, mais eficiente se torna a administração dos riscos.

Para alguns autores, como Chris Anderson (2008), a digitalização levaria os custos de reprodução a zero, o que, de algum modo, romperia com lógica do *hit*, ou seja, com o modelo de negócio expansionista e eliminador das diferenças. No entanto, Hesmondhalgh (2015, p. 30) aponta que as receitas continuam concentradas nos *hits*. Ainda que os custos de reprodução sejam menores, as companhias das indústrias culturais continuam a aprimorar suas estratégias de mercado para maximizar a audiência.

A lógica do *hit* não faz sentido para a maior parte das atividades apoiadas pelas políticas culturais, uma vez que o parâmetro para medir o impacto da produção cultural não é (ou não deveria ser) a capacidade de se tornar um grande sucesso. No escopo das políticas culturais, o maior imperativo é a diversidade. Entretanto, para produções de altos custos, como é a produção cinematográfica, a lógica do *hit* ou da maximização de audiência precisaria ser minimamente estimulada. O retorno em bilheteria de um filme apoiado com recursos públicos não só garantiria maior independência dos produtores como traria prestígio para a produção local.

1.4.3.2 Formatação: estrelas, gêneros e sequências

Uma outra maneira de lidar com os riscos e incertezas do produto cultural, além da criação de repertório, é a padronização da produção a partir de casos de sucesso. Hesmondhalgh (2015, p. 32) destaca três maneiras para minimizar as perdas por parte dos grandes produtores. A primeira maneira é recorrer ao *star system*, o que implica tomar emprestado o prestígio e o carisma das personalidades, como atores, diretores e escritores para assinar a produção fílmica, fonográfica ou literária. Essa fórmula já foi denunciada por Adorno e Horkheimer (1985) como uma demonstração da fetichização da obra de arte. Entretanto, do ponto de vista das companhias, essa é uma maneira efetiva de reduzir os riscos do investimento. Hesmondhalgh (2015, p. 31) cita uma pesquisa em que, dos 126 filmes de grande orçamento

lançados em 1990 nos EUA, 41 foram estrelados por um ou mais atores de um total de sete superfamosos.

A segunda maneira é formatar o produto segundo o gênero, por exemplo, como filme de horror, aventura, *rock*, *hip-hop* e romance policial entre outros. Essa é uma maneira secundária em relação ao *star system*, mas ela fornece indicações valiosas para os investidores. Sem dúvida, este é um ponto de grandes tensões entre criatividade e comércio, já que o artista criativo tentará de todas as formas inovar esteticamente. De todo modo, apesar de ser uma estratégia elaborada pelas companhias para organizar a audiência, outros agentes mais frágeis da cadeia produtiva parecem ter usado essa mesma estratégia em benefício próprio.

O modo de ação do cantor Francisco Alves pode ilustrar esse ponto. Integrando o grupo dos grandes compositores e intérpretes de samba na década de 1930, conhecida como Época de Ouro, Alves desenvolveu uma compreensão sofisticada da adequação do gênero musical às dinâmicas sociais. Estrategicamente, Francisco Alves montava o seu repertório com canções relacionadas às polêmicas da época, notícias de jornal, eventos cívicos, carnaval, festas religiosas, temas internos do próprio gênero – como o tema do malandro – e estados passionais. Para cada mês do ano havia um gênero de canção adequado para ser lançado no mercado brasileiro.

A terceira e última estratégia é a produção de novas sequências a partir de um caso de sucesso. Essa não é, mais uma vez, uma invenção dos *managers* de Hollywood. No início deste capítulo foi mencionado o episódio em que Dom Quixote percebeu que a continuação de suas aventuras, a segunda parte do romance, já estava sendo impressa, portanto praticamente pronta para vir a público, ironicamente, antes que autor desse por encerradas as aventuras do cavaleiro.

Hesmondhalgh (2015) também menciona a produção de séries, que em geral não conta com grandes estrelas, mas o enredo envolvente tenderia a fidelizar a audiência. Na América Latina, as melhores representantes dessa estratégia são as telenovelas, capazes de assegurar a fidelidade do público por até seis meses de trama ficcional. No caso da maior emissora da região, a TV Globo, as novelas não só compõem a grade principal da programação como algumas delas são exportadas para diversos países.

Uma resposta das políticas culturais certamente não é investir em estrelas, gêneros e sequências, uma vez que essas estratégias almejam cercear o público para prever suas reações. No caso da política cultural de teor democrático, o objetivo é estimular a participação do maior número de pessoas nos processos de produção e fruição, portanto a estratégia deveria visar a diversidade.

1.4.3.3 Concentração e integração

A semelhança das companhias ligadas às indústrias culturais em relação aos demais setores produtivos é cada vez maior, ao menos nas estratégias de ampliar e controlar o mercado. Essa observação não contradiz os aspectos distintivos quem têm sido objeto de comentários nesta seção. Garnham (1990) comentou a existência dessa semelhança com a produção de *commodities*, mas se preocupou apenas em frisar as diferenças. Contudo, estudos posteriores, como os de David Harvey (2005), Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) e Jeremy Rifkin (2001), apontaram fortes motivos para reforçar a semelhança entre a produção industrial e a produção cultural contemporânea. Cada um a seu modo, esses autores mostram como as transformações econômicas, políticas e culturais a partir dos anos 1970 têm tornado os setores da economia muito mais homogêneos. A terceirização do trabalho, a fragmentação em unidades menores e mais especializadas, a estetização e a financeirização são alguns dos traços em comum.

Dito isso, quando as companhias do setor cultural optam por uma *integração horizontal*, em geral desejam reduzir a competição dentro do próprio setor, a fim de aumentar a audiência em quantidade e tempo. Se a estratégia for a *integração vertical*, o alvo passa a ser as empresas que atuam em diferentes estágios da cadeia de valores. A compra de um distribuidor de DVDs por uma empresa envolvida na produção de filmes ilustra essa modalidade de negócio. Outra estratégia utilizada é a *internacionalização*, por meio de compras ou do estabelecimento de parcerias para a distribuição massiva de produtos já relativamente pagos no mercado de origem. Esse é o caso de programas pré-formados ou séries.

Por último, a opção pode ser a *integração multimídia e multisetorial*. Nesse caso, trata-se da compra de empresas relacionadas, como canais de televisão, agências de comunicação, rádios e jornais. O objetivo em cada dessas opções é garantir a maximização da audiência. Esse tipo de ação expansionista tem originado corporações gigantescas, como é o caso do grupo News Corp, cujo fundador é o australiano Rupert Murdoch. Para Hesmondhalgh (2015), contudo, não há evidências definitivas de que o tipo de concentração das indústrias midiáticas seja o mesmo que ocorre nos demais setores da economia. De todo modo, o autor aponta que as consequências da concentração no setor cultural têm aspectos próprios, uma vez que os bens culturais – as diversas modalidades de textos e símbolos – influenciam muitos aspectos da vida individual e coletiva.

Para ilustrar essa observação, é interessante considerar o caso da música brasileira. Em um artigo recente, Ruy Castro (2019) fez uma valiosa síntese do processo de concentração na indústria fonográfica, resultado das estratégias de expansão das grandes companhias. De acordo com o escritor, tudo o que foi gravado desde a Casa Edison, em 1902 – ou seja, mais de um século de música popular –, atualmente é propriedade de apenas três empresas: Sony, Warner e Universal.

Esse é um aspecto que foge um pouco do alcance das políticas culturais. Mas nos últimos anos tem acontecido uma série de reclamações e denúncias em fóruns multilaterais sobre a posse do patrimônio histórico e cultural de países espoliados em períodos de guerra ou durante a colonização. O caso da música popular brasileira pode assumir essa feição de contestação do patrimônio cultural nacional em posse de companhias privadas num futuro próximo.

1.4.3.4 Escassez artificial

Como as *commodities* culturais não são extinguidas no uso e os consumidores tendem a transferi-las para domínio público, os agentes das indústrias culturais implementam estratégias para criar a *escassez artificial*, que nada mais é do que impor restrições ao acesso. Essa medida inclui aplicação de controle aos cronogramas de lançamento; apelação ao *copyright* para restringir a realização de cópias e a difusão; e o impedimento do acesso aos meios de reprodução. Essas restrições técnicas ocorrem de muitos modos e com diferentes intensidades.

Mark Katz (2010, p. 40) explica como a retirada do recurso de gravação dos gramofones na década de 1920 impossibilitou que o público pudesse realizar gravações caseiras até 1963, quando a Philips lançou o gravador em fita cassete. Evidentemente, esse tipo de ação tem implicações comerciais e culturais. Não foi coincidência que a popularização dos gravadores de cassete tenha impactado no surgimento do *hip-hop* nos anos 1970. De maneira similar, recentemente, as grandes produtoras passaram a criar códigos de restrição nas mídias de DVD e aparelhos reprodutores. Isso parecia uma solução bastante factível, tendo em conta os modelos de negócio com integração horizontal e vertical, como é o caso da Sony Corporation. O problema, no entanto, é que todas essas tentativas de controlar, na verdade, têm impulsionado a capacidade técnica de uma indústria paralela no Leste Asiático voltada à mimetização da tecnologia e à comercialização ilegal.

As políticas culturais em contexto democrático caminham em outra direção. Ao invés da escassez, devem estimular a oferta irrestrita e ampla de bens e serviços culturais. Esse é o ponto central da análise a partir do conceito de indústrias culturais, pois pode elucidar como os pequenos e médios produtores e legisladores devem atuar. É na criação de escassez que se observa o modo de funcionamento do poder das grandes empresas. Isso inclui desde o *lobby* para abertura de mercado, como é o caso contado por Frédéric Martel (2012) sobre as estratégias da Motion Picture Association of America (MPAA), até a criação de legislações e desregulamentações dos serviços públicos. Ainda sobre esse aspecto, deve-se mencionar que o governo brasileiro é reconhecido mundialmente pela quebra de patentes de medicamentos para tratamento de aids.

1.4.4 Síntese da seção

■ ■ ■

A passagem do conceito de indústria cultural para o conceito de indústrias culturais, no plural, significou uma mudança na percepção sobre os impactos sociais da produção de bens e serviços culturais em escala industrial. A imagem pessimista da indústria e da tecnologia sobre as atividades reflexivas e criativas foi reconsiderada com uma visão propositiva, inclusive com expectativas de usar as novas capacidades técnicas para projetos amplos de educação, conhecimento e entretenimento.

O conceito de indústrias culturais é indissociável de uma perspectiva político-democrática – tanto os trabalhos de Nicholas Garnham como os de Bernard Miège caminham nessa direção. A propósito, essa abordagem mais inclusiva do conceito de indústrias culturais está fundamentada em uma perspectiva cara à economia política da cultura e da comunicação, a qual rejeita o essencialismo em detrimento da inclusão e é marcadamente crítica, na medida em que entende o conhecimento em relação a outros sistemas e valores sociais. Por isso, duas características fundamentais do conceito são considerar a *complexidade* dos fenômenos e reconhecer as *contradições* das nossas ações no mundo. Mostrar esses aspectos foi o objetivo da primeira parte desta seção.

Na segunda parte, optou-se por uma espécie de exercício, no qual os potenciais analíticos do conceito de indústrias culturais foram tratados a partir de um conjunto de tópicos, organizados em dois eixos: problemas e respostas. Os problemas apontados referem-se às características da produção de bens simbólicos em escala industrial. As respostas dadas para cada um desses problemas, por sua vez, referem-se exclusivamente ao setor privado, isto é, às grandes companhias das indústrias culturais. Ao longo dos tópicos, contudo, foram feitos comentários sob o ponto de vista das políticas culturais. Embora o vetor das políticas culturais seja tema do segundo capítulo, optou-se por esse recurso a fim de mostrar justamente o potencial crítico e analítico do conceito.

A próxima seção será dedicada ao estudo do conceito de indústrias criativas. Por se tratar de um conceito originário do ambiente político, inevitavelmente questões próprias do segundo capítulo também serão mencionadas. Todavia, como o interesse principal é identificar as contribuições e limites do conceito, será dada uma maior atenção aos trabalhos acadêmicos relativos ao tema.

1.5 AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

■ ■ ■

A partir dos anos 1980, as indústrias culturais passam a sofrer significativas transformações. Isso não se deve a uma única causa isolada, não se pode atribuir as mudanças apenas à tecnologia ou à economia. Para evitar os “determinismos” ou “reducionismos”, David Hesmondhalgh (2015) buscou explicar as possíveis causas através de um contexto amplo, abarcando os anos entre 1945 e 1990. Em linhas gerais, Hesmondhalgh (2015) propôs que as transformações das indústrias culturais e a emergência das indústrias criativas nos anos 1990 devem ser compreendidas em função de cinco grandes mudanças: a político-econômica (a grande recessão), a político-regulatória (a emergência do neoliberalismo), as novas estratégias de negócio, as socioculturais e as tecnológicas (a informação e os eletrônicos).

Nicholas Garnham (2005), diferentemente, oferece um contexto menos difuso para identificar as origens das indústrias criativas. Garnham sugere que o conceito de indústrias criativas precisa ser entendido dentro das perspectivas da sociedade da informação⁷, isto é, do conjunto de visões que compreendem a informação ou o conhecimento como um novo estágio do capitalismo. Entre esse conjunto de visões, Garnham destaca as análises e argumentos da teoria do pós-industrialismo, a teoria de inovação, de Joseph Schumpeter, as teorias empresariais, a teoria da economia de serviço, o pós-fordismo e as ideias sobre as tecnologias da liberdade. Apesar das diferenças e dos aspectos contraditórios nesse conjunto de visões, a

7 A ideia de uma sociedade da informação é baseada em uma suposta sucessão iniciada pela sociedade agrícola, que deu lugar à sociedade industrial e que, por sua vez, está em processo de mudança para uma sociedade produtora de relações, imagens e percepções (HESMONDHALGH, 2015, p. 100).

perspectiva das indústrias criativas, segundo Garnham, tomou de empréstimo diversos elementos para formar sua base argumentativa.

Na literatura sobre esse período, alguns autores, contudo, parecem ter tido maior influência, principalmente por terem captado questões fundamentais na dinâmica entre cultura e o mercado. Um deles é o geógrafo David Harvey (2005), cuja hipótese sobre a transição do regime de acumulação e do modo de regulamentação relativamente estáveis, entre 1945 até 1973, para um regime de acumulação flexível e incerto trouxe alguns *insights* para entender as visíveis mudanças de organização do trabalho, das formas de gerenciamento das empresas e das relações de consumo. Nesse processo de novas dinâmicas de reprodução do capitalismo, a reação do setor das indústrias culturais conservou semelhanças com os demais setores da economia. Contudo, a natureza dos bens e serviços culturais como veículo de propagação de ideias e gostos apresenta características próprias.

Entre os sinais e marcas de modificações identificados por Harvey (2005) está, por exemplo, a fragmentação do processo produtivo, outrora baseado na grande empresa e no modelo fordista de organização, em unidades menores e espalhadas pelo território e até para outras regiões. Para Harvey (2005, p. 148), os sistemas de produção flexível permitiram acelerar os ritmos de inovação e explorar nichos de mercados altamente especializados e de pequena escala. Ao mesmo tempo, contudo, em contraste com o surgimento e reaparecimento de formas de trabalho e organização da produção antigas e até artesanais, ocorreu uma série de fusões, com a subsequente formação de grandes empresas atuando em diferentes áreas e de feição oligopolista (HARVEY, 2005, p. 50).

Outros dois sinais de mudanças em curso nos anos 1980 foram os processos de fusão das empresas de mídia, gravadoras, produtoras de filmes e *broadcasting*, e a retórica sobre a desregulamentação dos serviços públicos de comunicação e informação. Esse ponto é particularmente importante para o tema desta seção, pois ele ajuda a entender como as políticas culturais tornam-se cada vez mais reticentes ao patrocínio das artes ditas elitistas e mais empenhadas na busca por atividades que gerassem renda e empregos. À medida que as políticas econômicas buscavam abrir espaço para os grandes grupos financeiros, o Estado recorreu às novas pequenas e médias empresas do setor cultural – em geral produtoras e prestadores de serviços pontais – para demonstrar os potenciais revitalizantes do empreendedorismo como saída da crise econômica. Por terem capacidades de inovação, regimes flexíveis de organização do trabalho e margem para redução de custos, os governos passaram a identificá-las como agentes decisivos da distribuição e criação de valor agregado para a economia.

O problema, contudo, é que essas novas atividades estão originalmente relacionadas com as artes e a cultura, ou seja, com um campo historicamente autônomo da produção social (ORTIZ, 2006). Notou-se na primeira seção deste capítulo como certas noções de cultura podem ser resistentes às lógicas de mercado. Além disso, os riscos e a imprevisibilidade próprias do setor, discutidos na seção anterior, tornam os pequenos e médios produtores muito mais vulneráveis que as grandes companhias.

O conceito de indústrias criativas que será apresentado a seguir reflete justamente esse novo dilema da produção cultural, cuja cooperação deliberada com o capital financeiro e a associação com retórica política não significará necessariamente maior segurança e estabilidade.

1.5.1 O conceito de indústrias criativas

■ ■ ■

Inicialmente, deve-se considerar que o aparecimento do conceito de indústrias criativas não implicou em um desuso do conceito de indústrias culturais⁸. Ao contrário, em alguns casos, o uso das duas formas tem servido para manter distinções críticas. Hesmondhalgh (2008, p. 9) comenta que aqueles que preferem o termo indústrias culturais tendem a ser mais pessimistas sobre os benefícios da comercialização no domínio da cultura. Com efeito, os conceitos de indústrias criativas e de indústrias culturais são distintos e emergiram de contextos diferentes, portanto descrevem e analisam o setor cultural a partir de outros pressupostos, embora ambos procurem compreender como os bens culturais são produzidos e disseminados nas modernas sociedades e suas economias.

Diferentemente de outros conceitos apresentados até aqui, as indústrias criativas têm origem no ambiente político britânico, mais especificamente dentro do plano de governo do New Labour Party, publicado e elaborado pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) em 1998. Mas a ideia de criatividade como um diferencial em processos de regeneração urbana (cidade) e inovação (clusters) já havia aparecido, em 1995, em textos e relatórios ligados ao *think tank* Comedia, liderado por Charles Landry e Franco Bianchini (HESMONDHALGH, 2008). Além disso, em 1994, o governo australiano lançou uma iniciativa denominada “nação criativa”, a qual continha alguns pontos semelhantes ao plano do New Labour. A novidade, contudo, era a adoção do termo criatividade como logomarca de uma polícia nacional, no intuito de definir e classificar um conjunto de atividades com potencial de inovação para a economia britânica.

Assim, em sua definição fundacional, as indústrias criativas são as que “têm a sua origem no talento, na habilidade e criatividade individuais, as quais apresentam potencial para a criação de emprego e renda através da geração e exploração da propriedade intelectual” (HARTLEY et al., 2013, p. 59). Inicialmente, o setor foi caracterizado por treze áreas: publicidade, arquitetura, artes e antiguidades, jogos de computador e videogames, artesanato, *design*,

⁸ Em uma busca no Web of Science, pode-se constatar que nos últimos dez anos o termo “cultural industries” aparece 17.972 vezes, enquanto o termo “creative industries” totaliza 7.274.

designer de moda, filme e vídeo, música, artes performáticas, editoração, *software*, televisão e rádio (DCMS, 2001).

Segundo Garnham (2005, p. 25), a mobilização do termo indústrias criativas e os seus impactos políticos estão fundamentados em duas alegações principais: uma que defende que as indústrias criativas são o novo setor de crescimento da economia, nacional e globalmente, e outra que propõe que elas são a principal fonte de crescimento futuro do emprego e ganhos com exportação. A partir dessa definição e caracterização, uma série de críticas, reelaborações do conceito e muitos outros exercícios de modelagem do setor de produção de bens simbólicos foram realizados.

De maneira similar à seção anterior, a seguir serão elencados alguns tópicos a partir dos quais se pretende oferecer uma visão mais detalhada sobre o desenvolvimento do conceito de indústrias criativas. A intenção não é abarcar todos os aspectos do conceito, mas tão somente destacar aqueles que estão mais diretamente relacionados com o problema das políticas culturais, em especial com as políticas em nível nacional e internacional.

1.5.2 A reconceituação

■ ■ ■

A publicidade alcançada pelos mapeamentos das indústrias criativas, em 1998 e 2001 (DCMS), colocou o Reino Unido como referência da nova economia, pronta para ajudar os governos nacionais e as regiões a resolverem os seus problemas financeiros, sociais e de autoestima. A análise de áreas ligadas às artes, às novas tecnologias e às mídias, segundo os primeiros relatórios, mostrava que o setor era o mais dinâmico da economia britânica, registrando crescimento econômico, geração de empregos e ainda diversos benefícios associados, como educação, melhoria das cidades e um ambiente constante de inovação. Embora tenha sido uma ideia lançada como programa de governo, a participação de consultores e acadêmicos foi fundamental. Por isso, não tardou para o termo indústrias criativas se transformar em tema de estudo nas universidades.

Um dos grupos com maior destaque no desenvolvimento do conceito de indústrias criativas é de origem australiana, ligado sobretudo à Universidade de Tecnologia de Queensland (QUT). De início, o grupo buscou mostrar e até mesmo criar as diferenças entre as noções de indústrias culturais e indústrias criativas. Essa distinção, que teria implicações teóricas, industriais e analíticas, não foi feita pelo DCMS. Em um segundo momento, os pesquisadores Jason Potts, Stuart Cunningham, John Hartley e Paul Ormerod (2008) apresentaram uma nova definição para as indústrias criativas.

Uma primeira objeção feita por Cunningham (2002) é que a ausência de uma diferenciação entre as indústrias culturais e criativas deixou uma série de questões abertas, como os

critérios de medição, a natureza, a perspectiva das indústrias e como desenvolver políticas e programas mais apropriados. Outro problema apontado por Cunningham é a continuidade entre as noções de indústrias culturais e indústrias criativas. Especificamente, o problema é que as noções e argumentos das indústrias culturais foram desenvolvidos com base na ideia de Estado e cultura nacionais, o que implicou uma certa aliança entre as artes e o amplo setor de mídia estatal em torno de um modelo de política subsidiada. Implicitamente, os interlocutores desse debate são o modelo britânico, em certos pontos, e o modelo francês, historicamente mais subvencionado pelo Estado.

Assim, a diferença essencial, segundo Cunningham (2002, p. 59), é que as indústrias criativas propõem uma mudança da relação das artes e da mídia com a subvenção ou proteção estatal para uma aplicação mais ampla da criatividade. Cunningham acredita que as indústrias criativas são menos nacionais e mais regionais/globais do que os sistemas públicos de broadcasting ou as artes. Além disso, a criatividade tem sido cada vez mais importante para outros setores de serviços, e não apenas para o setor da mídia e das artes. Em complemento, Cunningham entende que o modo organizacional característico das indústrias criativas não é a grande empresa pública, mas os pequenos e médios empreendedores, que estão relacionados, por sua vez, com as grandes organizações transnacionais dedicadas à distribuição.

Apesar de defender o entendimento mais limitado, isto é, setorial das indústrias criativas, Cunningham (2002) sugere que as metodologias de estudo sejam capazes de desenvolver instrumentos para captar a participação dos insumos criativos em outros setores da economia. Essa última sugestão indica, por sua vez, uma característica particularmente importante, qual seja, a dificuldade em manter o uso do termo indústria para se referir a um tipo de setor “que não sabe se pertence à cadeia das indústrias primárias, secundárias ou terciárias, uma vez que produtos e processos criativos são encontrados em todos os setores” (HARTLEY, 2005, p. 27). Mesmo no caso do setor de serviços, segundo John Hartley, não é fácil encontrar o valor daquilo que produzem ou fornecem.

Essa imprecisão não quer dizer, contudo, que a ideia de indústrias criativas seja um equívoco. Ao contrário, para Hartley (2005), ela não é um produto da indústria, mas uma ideia resultante de conceituações anteriores das artes criativas e indústrias culturais. Ainda segundo o autor, o ponto de virada das indústrias criativas está nas mudanças econômicas ocorridas na década de 1990 e nas tecnologias digitais interativas. Por isso, Hartley (2005, p. 5, tradução nossa) define as indústrias criativas da seguinte maneira:

A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência prática e conceitual entre as artes criativas (o talento individual) e as indústrias culturais (grande escala) no contexto das novas tecnologias de informação e comunicação, dentro de uma economia do conhecimento, para o uso interativo dos cidadãos consumidores.

Nota-se nessa definição, portanto, que a concepção de indústrias criativas tem por princípio a economia de livre mercado. Embora ainda se mantenha o uso do termo indústria, o destaque às tecnologias da informação e comunicação e, sobretudo, ao domínio da economia

do conhecimento parece ser um ensaio para a proposta de reconceituação que virá posteriormente, assinada por Jason Potts, Stuart Cunningham, John Hartley e Paul Ormerod em 2008.

Nessa proposta, as indústrias criativas são definidas como “um conjunto de agentes e agências em um mercado caracterizado pela adoção de novas ideias dentro das redes sociais para produção e consumo” (POTTS et al., 2008, p. 6). As indústrias criativas não são as artes subsidiadas, nem as indústrias culturais ou mesmo as empresas isoladas, mas tipos de mercadorias e serviços marcados pela imprevisibilidade, tanto para consumidores como para produtores, cuja lógica de uso é apresentar-se como novidade. Nessa conceituação, as indústrias criativas não funcionam no modelo em que o insumo criativo, vindo dos artistas, editores, produtores e cientistas, resulta num produto, mas como um sistema em que os produtos são os novos recursos para o crescimento e renovação econômica.

Apesar de reconhecer que o produto não é o fim do percurso do bem simbólico, em consonância com o que Thompson (2011, p. 363) chama de processo de interpretação criativa, a ideia de indústrias criativas baseada em redes sociais de mercado parece reduzir a produção e o uso ao valor comercial. Se no conceito de indústria cultural dos anos 1940 a prevalência do valor comercial era um atestado de decadência da produção cultural, na proposta de reconceituação dos autores australianos, a predominância do valor econômico ao largo da produção e do consumo é vista como um dinamizador, capaz, portanto, de oferecer vantagens na economia do conhecimento e das ideias.

Essa inversão de perspectiva pode ser constatada pela preferência no uso do termo criatividade em vez do termo cultura, e a substituição do termo indústria – empregado às vezes como oxímoro e outras como referência de espacialidade, organização e estabilidade – em detrimento de um sistema total de inovação econômica. As ideias e pressupostos que sustentam a expansão setorial para o todo da economia serão discutidos na última seção, dedicada à economia criativa. Por enquanto, basta dizer que essa não é a única maneira de conceituar as indústrias criativas. A seguir serão apresentadas outras soluções para pensar a articulação do conceito como modelo de análise e de estratégia de aplicação.

1.5.3 Profusão de modelos

■ ■ ■

O mapeamento das treze áreas da produção de bens simbólicos (DCMS, 1998; 2001) e a classificação sob o selo das indústrias criativas atraíram a atenção de governos nacionais, administradores públicos, bancos de desenvolvimento, blocos econômicos regionais e instituições ligadas ao sistema das Nações Unidas (ONU), como a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento (Unctad) e a Unesco. Assim como os pesquisadores australianos fizeram, o conceito de indústrias criativas passou a ser examinado por diversas lentes, alterado e adaptado de acordo com o perfil das instituições e com as realidades locais

ou regionais. Do ponto de vista dessas instituições, portanto, não existe um conceito único, e sim um domínio com uma série de nuances, sobretudo em razão do que se entende por valor cultural e valor econômico.

Essa dimensão aberta do conceito não é necessariamente uma novidade. Os aspectos distintivos apontados por Miège (1987) e Garnham (1990) indicavam justamente que no setor cultural nada é garantido ou previamente sabido. Para a obtenção de receitas, viu-se, na seção anterior, como as empresas desenvolvem estratégias para lidar com os riscos da *commodity* cultural. De maneira similar, para mensurar os efeitos sociais da intervenção estatal nas artes, nas mídias e na produção de bens simbólicos, as estratégias têm sido de elaborar mapeamentos e gerar indicadores. O problema, contudo, é encontrar um limite razoável para que o conceito de indústrias criativas não se dissolva em outros setores ou no sistema econômico. Quando essa expansão ocorre, é inevitável que política cultural seja confundida com política econômica.

Para lidar com esse impasse, autores e instituições passaram a construir alguns modelos analíticos, como as *cadeias de valor* para bens e serviços culturais e os modelos de *círculos concêntricos*. As *cadeias de valor* são definidas por David Throsby (2010, p. 24) como “modelos onde as ideias criativas iniciais são combinadas com outros insumos para produzir bens e serviços culturais, os quais podem passar por outras etapas de agregação de valor até serem comercializados, distribuídos e chegar ao consumidor final”. É um modelo com certa linearidade, mas que pode ser substituído, para alguns produtos culturais, por arranjos mais parecidos com redes de valor. Em uma cadeia de valor mais simples, por exemplo, está o artista vendendo suas gravuras diretamente para o público; já um processo mais complexo é a produção de um filme, o qual envolve diversas camadas e etapas, com trabalhos criativos e não criativos, e abrangendo muitas pessoas e lugares.

Existe uma variedade de *modelos estruturais* (UNESCO, 2013) para as indústrias criativas, mas seguindo os objetivos desta seção, apenas dois serão apresentados e comentados. Estes dois modelos foram propostos por David Throsby (2001) e Unesco (2013), a partir dos quais a maior parte dos países do Mercosul parece ter sido influenciada em nível nacional e regional. Nos capítulos dois e três esse tema será abordado com mais profundidade.

Antes de iniciar a apresentação, é necessário comentar que, apesar de o modelo de círculos concêntricos de Throsby aparecer relacionado com as indústrias culturais, trata-se, na verdade, de uma proposta para as indústrias criativas. Como foi comentado acima, alguns autores preferem usar os dois termos para se referir à produção de bens e serviços culturais. No caso de Throsby (2010), a criatividade é entendida como uma capacidade imaginativa para gerar ideias originais e novas maneiras e sentidos, por isso as indústrias culturais são um subsetor de uma ampla categoria chamada de produção de bens e serviços criativos, isto é, as indústrias criativas.

Dito isso, o modelo de círculos concêntricos proposto do Throsby (2001) está centrado em torno das ideias criativas, as quais se irradiam para as outras camadas e combinam com outras ideias para produzir produtos diretos e indiretamente relacionados ao longo de outros

círculos. No núcleo do modelo estão as artes tradicionalmente definidas: música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato e novas formas de práticas, como videoarte, *performance*, arte computacional e multimídia. Cada uma dessas formas artísticas pode ser considerada como uma indústria. É o caso, por exemplo, da indústria da música, que, além de ocupar o núcleo central do modelo, refere-se a uma ampla quantidade de participantes, como compositores, *performances*, editores, companhias de gravação, distribuidores, promotores, revendedores e sociedades de arrecadação. Os demais círculos são compostos por artes e indústrias derivadas do núcleo criativo. Logo, no segundo círculo, denominado núcleo das indústrias culturais, estão os filmes, museus, galerias, bibliotecas e fotografia. No terceiro, chamado de indústrias culturais mais amplas, estão os serviços patrimoniais, publicidade e mídia impressa, gravação de som, televisão e rádio, jogos de computador e vídeo. O último círculo é composto pelas indústrias relacionadas, tais como propaganda, arquitetura, *design* e moda.

Na representação abaixo é possível ver a interação entre os círculos. Quando uma política pública de cultura é voltada para o núcleo criativo, é provável que os demais círculos sejam influenciados. O efeito similar ocorre quando uma política é direcionada aos círculos amplos e relacionados, uma vez o núcleo criativo também é beneficiado. Esse é um modelo relativamente flexível, no qual certas escolhas podem ser contestadas e alteradas, como a inclusão do design no núcleo criativo ou a inclusão da mídia de maneira mais evidente. Além disso, quando o modelo é usado para representar os agentes produtivos de um país ou região, as características locais devem aparecer nos círculos. De todo modo, o que o autor quer destacar é o fluxo produtivo a partir da criatividade em direção aos diversos ramos da produção de bens e serviços culturais.

Figura 1

Modelo de
círculos concêntricos

Fonte: Baseado em Throsby (2001)

O modelo da Unesco (2013), de maneira geral, é influenciado pela proposta de David Throsby. Mas há uma diferença básica, que justifica um comentário. O ponto central de divergência entre os dois modelos é a inclusão das expressões culturais no núcleo dos círculos concêntricos. Isso se dá por uma série de razões, das quais destacamos duas principais. A primeira é o fato de o modelo de Throsby ser centrado na figura do artista criativo, o que remete a uma perspectiva elitista e tradicional de política cultural. Ao enfatizar as expressões culturais, contudo, a Unesco faz um jogo arriscado entre inclusão democrática e comoditização mais ampla das esferas culturais. A segunda razão é de estratégia político-econômica. Como a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais (2005) tinha acabado de ser aprovada, era fundamental que os países signatários tivessem um modelo de organização das indústrias criativas que refletisse as garantias e proteções. Ao adotar o discurso da diversidade, países e regiões em desenvolvimento poderiam elaborar políticas de promoção e proteção sem o risco de contestação nas instituições de regulação do comércio internacional, como a Organização Mundial do Comércio (OMC).

Além das cadeias de valor e dos círculos concêntricos, outras estratégias foram impulsionadas pelos governos, como os *clusters* e *hubs* criativos, em geral ligados às cidades pós-industriais. Embora nos últimos anos esses modelos tenham aparecido em programas pontuais, sobretudo os *hubs criativos*, não parece claro se os países do Mercosul seguirão esses modelos. A tendência tem sido a formação de mercados nacionais e regionais a partir dos modelos de círculos concêntricos. De todo modo, a estudo do Mercado das Indústrias Culturais do Sul (Micsul), reservado ao terceiro capítulo, poderá indicar melhor as futuras inclinações da região.

1.5.4 Os pequenos e os médios

■ ■ ■

A persistência do termo indústria nas discussões elaboradas nas duas seções anteriores, de modo geral, remetia à ideia da grande companhia moderna, envolvendo a produção e distribuição de bens culturais. Os processos e mudanças assinalados por Hesmondhalgh (2015) e teorizados por Harvey (2005), entretanto, indicaram que a paisagem da produção cultural ficou um tanto mais complexa, ou melhor, eclética, fragmentada, interconectada e globalizada. As grandes companhias continuaram a existir – apesar de fusões e aquisições tornarem o adjetivo “grande” um termo insuficiente para descrevê-las –, mas sua existência depende de outros agentes e de novas maneiras de atuar. O caso das companhias de Hollywood ilustra bem esse processo de fragmentação e interdependência. De acordo com Martel (2012), a terceirização da produção do filme para pequenas produtoras, agências de talento, *start-ups* técnicas, pequenas e médias

empresas especializadas em pós-produção e efeitos especiais mostra que a função do antigo estúdio é ser um banco de investimento. Essa lógica se espalhou para os setores editorial, imprensa, fonográfico e audiovisual.

Essa relação de interdependência com as multinacionais, de um lado, e a conveniência com os governos, instituições supranacionais e agências internacionais, de outro, fez com que as pequenas e médias empresas de produção cultural ocupassem um lugar central no setor das indústrias criativas. Os programas, as ações e os discursos da política cultural têm como destino esse novo agente, o pequeno e médio produtor, visto como dinâmico, inovador e central para a economia dos países. Mas, para o funcionamento e coordenação dessas pequenas e médias unidades de produção e serviços, será fundamental uma mudança de mentalidade em relação aos comportamentos e papéis desempenhados pelos indivíduos.

Essa mudança, segundo Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009), começa a ser identificada no início dos anos 1990, com a substituição do modelo de administração da empresa hierarquizada, extensa e burocrática por um modelo de empresa enxuta, flexível e fragmentada, funcionando por meio de parcerias, terceirizações e organizada em redes. Dentro dessas pequenas unidades, o novo modelo gerencial produziu um trabalhador caracterizado pelo *ethos* autogestionável, engajado na visão da empresa e inspirado pelos líderes criativos.

Diferentemente dos princípios administrativos dos anos 1960, centrados na figura do diretor executivo, a nova mentalidade gerencial é representada pelo *manager*, reforçada pelo *coach* e garantida pelos técnicos especialistas. Essa mentalidade não é restrita ao ambiente da empresa multinacional, embora sua origem sejam as disciplinas empresariais, mas amplamente incorporada às lógicas organizativas de pequenas e médias empresas e internalizada nas aspirações individuais.

A consequência disso será uma empresa sem chefe e repleta de indivíduos criativos, mas gerenciada por líderes intuitivos e visionários, que inspiram e dão exemplo. Em troca de relativa autonomia, os trabalhadores oferecem engajamento e flexibilidade. Para compensar um ambiente mais igualitário e participativo, são oferecidos contratos temporários e pouca estabilidade. É esse conjunto de sentidos compartilhados entre instituições e indivíduos que Boltanski e Chiapello (2009) chamam de “o novo espírito do capitalismo”.

Esse novo modelo gerencial parece ter encontrado nas indústrias criativas um lugar propício para sua reprodução. A instabilidade, aliás, sempre foi parceira do artista. A criatividade e inovação também nunca foram estranhas aos criadores simbólicos. Tampouco são incomuns ao setor cultural os riscos e as incertezas. Do ponto de vista da relação das grandes empresas com as pequenas e médias prestadoras de serviços, o compartilhamento de uma mesma mentalidade administrativa parece reforçar a lógica do *hit*, isto é, da maximização da audiência. Todavia, da perspectiva das políticas culturais, a retórica do impacto social das indústrias criativas precisa ser considerada com mais cautela. O estudo de caso reservado ao terceiro capítulo poderá esclarecer um pouco mais essas questões.

1.5.5 Síntese da seção

A emergência do conceito de indústrias criativas no final do século passado refletiu uma série de mudanças nas formas de organização da produção, distribuição e fruição dos bens e serviços culturais. Entre as principais mudanças, pode-se destacar o surgimento das pequenas e médias empresas de produção cultural e a nova mentalidade gerencial de instituições e pessoas. Se durante os anos 1940 e final dos anos 1970 o debate acadêmico e as políticas culturais tinham a ideia implícita da grande empresa moderna, a partir dos 1990 o foco do mercado e dos governos recaiu também sobre os pequenos e médios empreendedores. Em geral, esses agentes menores passaram a ser vistos como dinamizadores econômicos, tanto por sua alta capacidade de inovação e especialização como por seu papel na geração de renda e postos de trabalho.

Viu-se também como o conceito de indústrias criativas foi proposto primeiro no domínio da política e só depois adentrou as discussões acadêmicas. Entretanto, os seus maiores divulgadores são jornalistas e consultores especializados. Na América Latina, o British Council, a Unesco e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) são os maiores e principais divulgadores dos potenciais irruptivos da criatividade individual.

Na proposta de reconceituação feita pelo grupo de acadêmicos australianos, foram destacados dois movimentos fundamentais na recepção do conceito. O primeiro foi a busca de desvinculação do conceito de indústrias criativas de seu antecessor, as indústrias culturais, o que significava, basicamente, superar a relação do setor cultural com o Estado e, mais precisamente, vincular o conceito apenas às mídias digitais. O segundo, que é uma radicalização desse primeiro esforço de distinção, consistiu em ampliar o conceito, antes restrito a atividades específicas, para a economia como um todo. Ou seja, ele não se referia mais às práticas produtivas, produtos e usos, mas a um sistema total de inovação e melhoramento da economia.

Por outro lado, discutiu-se como os modelos de círculos concêntricos se tornaram ferramentas analíticas e propositivas bastante úteis nas áreas de políticas culturais dedicadas às indústrias criativas. A aposta nos pequenos e médios produtores levou à elaboração de programas em níveis comunitários, nacionais e regionais. No fim das contas, tanto as instituições públicas como as grandes companhias têm bons motivos para recorrer a esses agentes. A conveniência política e a necessidade comercial parecem ter encontrado um ambiente de trabalho e um discurso social propícios nas indústrias criativas. Para o sucesso dessas expectativas foi necessário, contudo, que o foco não estivesse mais, ou apenas, nos pequenos e médios empreendedores, mas que fosse direcionado diretamente para o indivíduo. É o indivíduo que passa a ser a razão e o sentido da chamada economia criativa.

1.6 A ECONOMIA CRIATIVA

■ ■ ■

O uso do termo economia criativa é praticamente indissociável do termo indústrias criativas. Ambos surgiram entre o final dos anos 1990 e início dos anos 2000, e são referidos atualmente para descrever um amplo conjunto de atividades reconhecidas pelo uso da criatividade em processos produtivos. Certamente os dois conceitos compartilham uma base genealógica comum, e são semelhantes em muitos pontos, mas diferem em alguns aspectos importantes, tornando-se necessário explicitar essas diferenças. A escolha por tratar desses dois conceitos em seções separadas busca justamente ressaltar os aspectos distintivos de cada um e, conseqüentemente, as implicações para as políticas culturais.

Na seção anterior, notou-se como o conceito de indústrias criativas está originariamente vinculado ao ambiente político britânico, apesar de compartilhar uma certa herança com estudos sobre as indústrias culturais e ter se tornado, posteriormente, um objeto de investigação acadêmica em diversas universidades. O conceito de economia criativa, diferentemente, não emergiu das estratégias políticas, mas a partir de consultores independentes, como foi o caso do livro inaugural publicado pelo jornalista John Howkins, *The creative economy: how people make money from ideas*, em 2001, e dos estudos de Richard Florida, *A ascensão da classe criativa*, em 2002.

Essa distinção é particularmente importante porque indica uma terceira dimensão à qual o conceito está vinculado. No caso dos conceitos de indústria cultural e indústrias culturais, a dimensão referente é a cultura, assim como a dimensão referencial do conceito de indústrias criativas é a política. Já no conceito de economia criativa a dimensão referente é a economia, não apenas como redundância, mas porque os autores partem das transformações da economia nos últimos vinte anos para criar o conceito.

Jeremy Rifkin (2001), por exemplo, propôs que a centralidade da produção industrial, que marcou parte do século XIX e a maior parte do século XX, está sendo substituída gradativamente pela predominância da produção cultural. Segundo Rifkin, estamos vivendo o período do capitalismo cultural, o que tem implicado mudanças de diversos parâmetros da vida social e do trabalho. Assim, estaríamos presenciando a substituição da noção de propriedade pela noção de acesso; da produção de bens materiais para a criação de conceitos, ideias e imagens; a mudança, enfim, do mercado como lugar e abstração das relações de comércio para as redes de comunicação, sobretudo as redes digitais.

Isso explica, de certo modo, a abordagem mais geral do conceito de economia criativa, não mais restrito a um conjunto de atividades, e, ao mesmo tempo, ilustra a sua dificuldade em ser mobilizado pelas políticas culturais, particularmente fora dos países desenvolvidos. Essas questões ficarão mais claras no decorrer da apresentação do conceito de economia criativa que se dará a seguir.

1.6.1 O conceito de economia criativa

■ ■ ■

O conceito de economia criativa praticamente se opõe ao conceito de indústria cultural. O que foi denunciado por um passou a ser exaltado pelo outro. As consequências imaginadas por aquele são as justificativas deste. É importante ressaltar isso porque, sobretudo no ambiente universitário das políticas culturais, algumas ideias dos pensadores frankfurtianos passaram a conviver com as ideias defendidas por Howkins (2013), Florida (2011) e Reis (2012) sobre a economia criativa.

Em relação às consequências, a comoditização das formas simbólicas não mais assusta as novas gerações de artistas, intelectuais e inventores; a música popular, o *jazz* e o cinema não restringiram a criatividade humana e muito menos foram um desserviço às artes; a popularização da educação e das formas de entretenimento e informação por meio do rádio, televisão, revistas e jornais não impediu a conscientização das pessoas. Nesse sentido, os conceitos tratam dos impactos da indústria cultural de maneira antagônica. Mas em dois pontos eles parecem dialogar. O primeiro ponto é que o conceito de economia criativa, de certa forma, estava implícito na ideia de um sistema total sugerido pelos críticos alemães. Estava implícito de uma maneira pessimista, é verdade, mas eles cogitaram esse avanço do capitalismo sobre a criatividade. O segundo ponto em comum é que ambos buscam a generalização, isto é, por meio da observação e avaliação de um determinado setor, tiram conclusões para todo o conjunto social ou econômico.

Entretanto, diferentemente de exercícios especulativos, o conceito de economia criativa busca amparar sua abordagem se beneficiando da perspectiva histórica e dos avanços

nos métodos de avaliação e medição disponíveis. Os dados apresentados por Richard Florida (2011, p. 45-47) sobre os investimentos em pesquisa e desenvolvimento a partir dos anos 1950 e os diversos números e exemplos sobre a desmaterialização da economia apresentados por Jeremy Rifkin (2001) tornam o conceito, de fato, muito mais familiar às políticas econômicas do que algo restrito ao setor cultural. Por isso, o conceito de economia criativa não representa um setor específico, mas um processo geral de transformação do sistema econômico.

Essa característica talvez ajude a explicar um dos mal-entendidos em relação ao uso indiscriminado do termo economia criativa em programas e ações de governos, especialmente quando esses programas são elaborados por secretarias ou ministérios de cultura. A tensão surge porque a preponderância do valor econômico do conceito se depara com a força dos valores culturais, sejam os valores conservadores, sustentados, por exemplo, pelas ideias da arte pela arte, sejam os valores contestatórios, preocupados com a promoção da diversidade de vozes e expressões culturais. Em princípio, o conceito de economia criativa é tão próximo do setor cultural quanto o é dos setores de informática e da pesquisa farmacêutica.

Nesse sentido, John Howkins (2013, p. 6) define “a economia criativa como um sistema para produção, troca e uso de produtos criativos”. Esse sistema depende do funcionamento de três pilares: da criatividade individual, de um contexto social, com níveis de liberdade de expressão e de um mercado aberto, justo e eficiente, isto é, uma economia mais ou menos segundo a perspectiva neoliberal. O valor econômico desse sistema reside em torno da propriedade intelectual, como a geração de *copyright*, patentes e registros de marcas.

Diferente de um sistema geral, com relativa interrelação entre os setores, o conceito de economia criativa proposto por Richard Florida (2011, p. 56) pode ser descrito como uma última faceta de um longo processo de mobilização da criatividade, que parte desde o surgimento da agricultura organizada, passa pelo comércio especializado e pelo capitalismo industrial e desemboca na era do capitalismo organizacional. Essa última fase antecede, assim, a transição decisiva para a era criativa. Os aspectos vistos em Harvey (2005) e Hesmondhalgh (2015) explicam algumas características dessa transição. Enfim, o conceito de economia criativa proposto por Florida está mais relacionado com as profissões do que com os setores econômicos, como é o caso da proposição de Howkins (2013). Uma outra diferença na abordagem dos dois autores é que, para o funcionamento da economia criativa, segundo Florida (2011, p. 48), é necessário que haja uma “estrutura social da criatividade”.

Essa estrutura é um conjunto de instituições que garantem novos sistemas voltados para a criatividade tecnológica, como os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D), e o empreendedorismo, como os fundos de capital de risco; novos modelos para fazer as coisas, como a fábrica criativa, cujo melhor exemplo é o modelo de produção desenvolvido pela Toyota, e a produção modelar, isto é, o sistema de terceirização especializado; e, por último, o meio cultural e social, que são as liberdades de expressão e o posicionamento político (como a previsão de Howkins mencionada acima), e as condições educacionais e conviviais.

Esse último ponto é fundamental, pois Florida (2011) entende a economia criativa vinculada à comunidade, ou seja, não só representa um longo processo de transformação econômica, como também um processo de mudança dos hábitos sociais e do estilo de vida em um determinado lugar. Em síntese, o conceito de economia criativa, segundo Florida, pode ser definido como um conjunto de práticas sociais empregadas por indivíduos criativos, em um contexto social e espacial favoráveis, a fim de gerar valor econômico e influenciar no modo de vida da comunidade. Assim como no conceito proposto por Howkins (2013), o principal traço da economia criativa é a inovação econômica pela comoditização de ideias.

A questão é que, embora as profissões ligadas à arte e à cultura sejam indispensáveis para a dinâmica desse sistema de inovação, apenas em parte a economia criativa se relaciona com o setor cultural. Isso explica as intensas reações por parte do setor às políticas culturais baseadas nos princípios da economia criativa. Além dos baixos orçamentos destinados às pastas de cultura e arte, a exigência por rentabilidade não faz sentido para um conjunto considerável de expressões culturais. Não apenas pela falta de demanda, pois festivais populares, danças tradicionais e artesanatos, entre outros, atraem o público para teatros, ruas e feiras. A questão é que não há uma demanda no sentido comercial. Por outro lado, é inegável o potencial de certas atividades e negócios culturais em gerar renda e se tornarem autossustentáveis, compatíveis, portanto, com os processos criativos de inovação econômica. O principal mecanismo de geração de renda, nesse caso, é o *copyright*, aplicável às atividades baseadas em reprodução de cópias.

Tanto na versão de John Howkins como na versão de Richard Florida, a criatividade é entendida como a força motriz da economia e da vida em sociedade. Para ambos os autores, a criatividade é impulso ativo da imaginação e da inventividade próprios dos seres humanos. Por isso, para uma compreensão mais adequada do conceito de economia criativa é preciso entender a ideia de criatividade e como ela se relaciona com o setor cultural e com a economia.

1.6.2 A criatividade

■ ■ ■

A substituição da palavra *cultura* pela palavra *criatividade* teve ao menos duas consequências principais para o setor cultural. A primeira tem características de democratização. A ideia de que a criatividade, como a entende Florida (2011, p. 32), não é um privilégio de um seleto grupo de gênios ou, como propõe Howkins (2013), é uma qualidade inata dos seres humanos rompe com uma longa tradição romântica, fundamentada na figura do artista criativo. Isso não quer dizer, contudo, que todos os indivíduos são capazes de criar canções, romances, *softwares*, teorias e roteiros, pois há o talento e o trabalho como fatores determinantes; no entanto, não há uma distância inalcançável entre artistas, cientistas e empreendedores e as

peças de modo geral. Essa mudança de perspectiva é, sem dúvida, imprescindível no ambiente escolar e no desenvolvimento de políticas culturais.

A segunda consequência é que, ao excluir a palavra *cultura*, as referências históricas de contestação e visões de mundo são eliminadas. O setor cultural não é apenas uma fonte ideal de processos criativos para agregar valor aos produtos e serviços, mas também uma fonte de contestação política, dos costumes e da economia como todo. A subversão é também uma de suas qualidades. Além disso, a ênfase apenas na concepção inata de criatividade, portanto um recurso amplamente generoso à disposição de todos os seres humanos, tende a sustentar um discurso meritocrático, segundo o qual o indivíduo é o único responsável pelo fracasso na economia das ideias, do conhecimento, da informação e do acesso. Em último caso, segundo essa lógica, a sociedade das diferenciações, dos grupos de poder e das desigualdades torna-se uma sociedade igualitária do ponto de vista dos recursos, afinal, a criatividade é o reencontro com a natureza farta dos ativos econômicos.

Essa não é, contudo, a perspectiva defendida por Howkins e Florida. Os dois autores consideram que a criatividade individual depende de um contexto social favorável. Para Howkins (2013), a criatividade está relacionada com a disposição imaginativa de querer, pensar e fazer coisas melhores e diferentes, mas para isso é necessário ter certas condições de liberdade, educação, qualidade de vida, enfim, que as necessidades básicas estejam atendidas.

Para Florida (2011), a criatividade não é a mesma coisa que inteligência, pois ela envolve a disposição de assumir riscos, capacidade de síntese e vigor contestatório. Assim, ela pode ser vista como um processo racionalizável de quatro etapas: preparação, incubação, revelação e verificação ou revisão. Por seu caráter multifacetado, segundo Florida, muitas vezes ela é vista como criatividade tecnológica, criatividade artista e cultural e criatividade econômica, mas, na verdade, todas as dimensões estão interligadas.

No caso do conceito de Howkins, principalmente, e no conceito de Florida, um pouco menos, a criatividade econômica, ou seja, o empreendedorismo, é o principal vetor a ser estimulado pelos governos. Apesar de os processos criativo e imaginativo serem próprios dos indivíduos e das sociedades, é a sua convergência com o atual estágio do capitalismo que tem sido festejada por uma série de palestrantes, pesquisadores, governos e agências de desenvolvimento. Esse direcionamento não supõe que a noção de criatividade proposta pela economia criativa seja reduzida à dimensão econômica. Entretanto, o estímulo e o aparato jurídico-normativo em torno da propriedade intelectual, razão de ser da economia criativa, precisam ser avaliados com mais cautela, pois a privatização de ideias, conceitos, imagens, sons e textos está longe de ser algo insignificante.

1.6.3 A propriedade intelectual

■ ■ ■

Para o escritor Jeremy Rifkin (2001), as transformações das relações econômicas a partir dos anos 1970 têm feito com que a noção de propriedade esteja se tornando antiquada. A aposta de Rifkin é que a ideia de ter, guardar e acumular está sendo substituída pela ideia de acesso. Por meio de uma taxa, é possível ter acesso a bens e serviços, como moradias, carros, bicicletas, roupas, filmes, músicas, notícias, saúde, internet entre tantos outros. O funcionamento das plataformas digitais é o exemplo mais acabado desse palpite de Rifkin emitido há quase duas décadas.

Entre os anos 1980 e 1990, segundo Rifkin (2001, p. 8), a desregulação das funções e dos serviços do governo levou o mercado global a absorver grande parte do que antes era esfera pública, como os transportes coletivos e o sistema público de telecomunicações. Nesse impulso irrefreável, a cultura se tornou o novo foco de expansão do capitalismo, pois sua prioridade não é estimular ou controlar a propriedade física, e sim os bens imateriais, as ideias, os conceitos, as imagens, isto é, a propriedade intelectual.

É nesse movimento mais recente de comoditização das formas simbólicas que a economia criativa parece exercer um papel fundamental, ao promover as vantagens e os benefícios de uma postura empreendedora dos indivíduos. Essa postura, aliás, foi identificada por Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009) como o resultado de mudanças nos enfoques da administração empresarial, na qual, entre outras características, os indivíduos desfrutam de relativa autonomia e participação em troca da motivação pessoal e envolvimento. É certo que os indivíduos são a fonte primeira da criatividade, mas é o produto resultante da atividade imaginativa que terá o verdadeiro valor econômico. Por isso, a questão principal é como esses recursos criativos são transformados em direitos de propriedade intelectual, e quem são os detentores desses bens.

Nesse sentido, a economia criativa é uma maneira adequada para classificar o modo de funcionamento do novo capitalismo, pois ambos estão direcionados para o controle da rentabilidade dos bens imateriais. O novo mercado é formado por vendedores e compradores de palavras, música, pinturas, invenções, *software* de computador, genes, direitos de cópia, marcas, patentes, propostas, conteúdo, formatos, fama, faces, reputação e cores (HOWKINS, 2013, p. 80) e, mais recentemente, de dados, chamados de petróleo do futuro. Diferente da posse material de terras e dos objetos, cuja lei garante proteção e estabilidade, na economia das ideias e das redes digitais o regime regulatório está se reinventando para lidar com a fluidez e a instabilidade.

Decididamente, como diz Rifkin (2001), a luta entre a esfera cultural e a esfera comercial para controlar tanto o acesso quanto o conteúdo é um dos elementos definidores da era atual. Nesse ponto reside mais um dilema da relação entre as políticas culturais e a economia criativa, como ilustra o caso a seguir. Nos dois primeiros relatórios publicados pela Unctad

(2008, 2010), a definição de economia criativa destacava a propriedade intelectual como o lugar central para geração de valor econômico. Entretanto, no relatório de 2013, publicado em parceria com a Unesco (2013, p. 21), a definição de economia criativa passou por uma revisão, ao incluir a ideia de criatividade cultural. Com isso, a Unesco buscava retomar as relações entre cultura, economia e território.

A transformação da propriedade intelectual em “o novo ouro etéreo”, como bem lembra Rifkin (2001, p. 44), tem sido caracterizada como o maior desafio para criatividade, uma vez que os novos regimes de controle têm estreitado as margens de uso dos conteúdos simbólicos. Isso explica por que a Unesco recorre aos usos locais da cultura, uma vez que esses espaços ainda permitem a circulação e uso livre da informação⁹. Mas como recorda Lawrence Lessig (2001, p. 108), um dos criadores do *Creative Commons*, o controle não é necessariamente um problema, uma vez que, sem uma relativa proteção, artistas, pensadores, ativistas e inventores não teriam como se dedicar aos seus trabalhos. A questão, contudo, parece ser o excesso de controle. Para Lessig (2007), a maior contribuição das novas tecnologias digitais, sobretudo a internet, é a possibilidade de *remixar* e criar algo diferente. É essa vitalidade da criatividade que está em risco, segundo o autor.

Ao mesmo tempo que a economia criativa exalta os potenciais de geração de renda e emprego por meio da rentabilização da propriedade intelectual, as grandes corporações direcionam ainda mais seu poder regulatório e tecnológico para restringir o acesso aos bens e serviços. Mas não só isso, pois, à medida que parcelas cada vez maiores de pessoas exercem funções criativas, a força e a vitalidade mentais são transformadas em propriedade privada, gerando um prejuízo social. Infelizmente, a participação no processo de produção criativo de um livro, de uma pesquisa, de um *software* ou de uma instalação artística não tem paridade em relação aos benefícios simbólicos e muito menos os econômicos.

No caso do artista, o paradoxo está entre permitir o acesso livre de sua produção para o público em geral ou conceder a plena propriedade intelectual para um grande administrador de acesso privado. No caso dos trabalhadores criativos, o dilema é lidar com as exigências por novas soluções, de preferência soluções originais, e a impossibilidade de proteger suas ideias.

⁹ As pesquisas lideradas pelo professor e pesquisador Dennis de Oliveira, no âmbito do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (Celacc), têm identificado uma série de novas práticas criativas ligadas aos territórios como forma de acessar informações de qualidade, portanto como práticas de resistência. Para conferir alguns resultados, acessar: <http://celacc.eca.usp.br/?q=pt-br/pesquisas-celacc>.

1.6.4 O trabalho criativo

■ ■ ■

Para Richard Florida (2011), as características do trabalho criativo, como o desafio permanente, a instabilidade e a menor recompensa financeira, não são necessariamente um problema para os trabalhadores. Em suas pesquisas sobre o mundo do trabalho nos Estados Unidos, com dados do final dos anos 1990, Florida encontrou uma série de particularidades e padrões que o levaram a identificar o *ethos* de uma nova classe de trabalhadores, por ele chamada de *classe criativa*. De maneira sumária, trata-se de um extenso grupo de trabalhadores cujas atividades “agregam valor econômico por meio de sua criatividade”. Sua definição é econômica e seu papel no sistema de produção “sustenta e molda os hábitos sociais e culturais, bem como o estilo de vida dos seus membros” (FLORIDA, 2011, p. 68).

A mudança das relações de trabalho identificada por Flórida também foi observada por outros autores. David Harvey (2005, p. 143) notou que esse processo teve seu ponto de inflexão a partir dos anos 1970, com a implementação de modelos flexíveis de trabalhos temporários, em tempo parcial e por subcontrato. O enfraquecimento das instituições sindicais e o dos mecanismos de proteção do Estado, a partir dos anos 1990, somados a uma nova cultura administrativa e comportamental dos trabalhadores, são outros elementos dessa mudança (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Para muitos isso significava o fim do contrato social da grande empresa com um trabalhador estável e identificado com a instituição.

A novidade da proposta de Florida é que, enquanto muitos viam a fragmentação da ideia de categoria, o fim dos empregos e a era dos agentes livres, o que parecia ocorrer era a liberação da criatividade individual. No lugar de uma carreira vertical, esses trabalhadores criativos buscavam uma horizontalidade, isto é, seu objetivo não era propriamente ascender hierarquicamente; no lugar de vestir a marca da empresa, esses trabalhadores estavam mais preocupados com a sua profissão; ao invés de proteção e estabilidade, esses trabalhadores estavam focados em assumir riscos e continuar a formação.

No caso da sociedade norte-americana – situação similar se daria em outros países desenvolvidos –, essa nova paisagem do mundo do trabalho é composta pelos cientistas, engenheiros, professores universitários, poetas, romancistas, artistas, atores, *designers*, arquitetos, escritores de não ficção, editores, personalidades culturais, pesquisadores influentes, críticos e outros formadores de opinião. A esse grupo também se somam os profissionais da tecnologia da informação, serviços financeiros, profissionais de saúde, advogados e administradores de empresa (FLORIDA, 2011, p. 69). Enfim, a esse grupo heterogêneo Florida aplicou o polêmico termo de classe criativa.

Percebido desse ponto de vista, é difícil não projetar nas profissões criativas um futuro melhor e brilhante em comparação com o severo mundo da organização tradicional. A questão central, contudo, não é saber se o termo classe criativa é relevante para nomear esses diversos trabalhadores, mas entender por que mais e mais pessoas, especialmente jovens, parecem

querer trabalhar nas áreas da economia criativa. Vicent Mosco (2009, p. 140) e Hesmondhalgh (2015, p. 255) sugerem, como explicação inicial, que essas profissões enfatizam a aura criativa, autoral e significativa, especialmente partir de representações midiáticas.

Certamente a representação idealizada ajuda a explicar alguns aspectos do trabalho criativo, mas só isso não é suficiente para justificar a escolha de trabalhos irregulares, incertos e desiguais, e sobretudo com baixa remuneração. Ao contrário do cenário dos trabalhadores em tecnologia de informação apresentado por Florida (2011) no final dos anos 1990, o ambiente da força de trabalho nas indústrias criativas britânicas, analisado uma década depois de suas primeiras promessas, é revelador da distância entre a retórica política e a realidade.

A pesquisa feita por Kate Oakley (2011) mostra como o trabalho nas indústrias criativas é marcado pela desigualdade de gênero, etnicidade e classe; pelo excesso de trabalhadores, altos níveis de trabalho autônomo e trabalhos não remunerados, como estágios, trabalhos livres e voluntariados. E mesmo entre aqueles que são remunerados, apesar de seus altos níveis de formação, os salários são baixos. Angela McRobbie (2011), por sua vez, alerta para a retórica de autorrealização da economia criativa, levando indivíduos a customizar um ideal de vida em que a expressão do talento é a única fonte possível de realização.

Como lembra Mosco (2009, p. 140), ressaltar apenas a criatividade pode impedir que se percebam as mudanças mais amplas que vêm ocorrendo no sistema como um todo, uma vez que as condições do trabalho criativo se assemelham muito mais a um modelo para a economia do que um simples aspecto setorial. É esse processo mais geral que Rifkin (2001) tentou captar ou apontar na transformação da economia de produção de bens para a uma economia focada na prestação de serviços. Embora Rifkin não faça uma distinção, vale lembrar que Florida (2011, p. 71) ressalta a diferença entre trabalhadores criativos e prestadores de serviço. Os criativos são bem remunerados e têm uma dinâmica de trabalho com relativa autonomia, enquanto os prestadores de serviços, diferentemente, fazem trabalhos predeterminados e atuam, inclusive, em apoio aos trabalhadores criativos.

Passadas quase duas décadas, as proposições de Howkins e Florida continuam a ser atualizadas e utilizadas como referência na elaboração de políticas culturais em diversas regiões do mundo. Ao mesmo tempo, uma série de relatórios sobre as economias nacionais e regionais têm procurado mostrar os benefícios do trabalho criativo para a renovação econômica. O problema é que a criatividade e os trabalhos criativos, assim como as vantagens da economia criativa, ou já não parecem convencer ou apresentam outras facetas um tanto preocupantes.

1.7 SERIA O FIM DA ECONOMIA CRIATIVA?

■ ■ ■

Ainda na década passada, Philip Schlesinger (2007) questionou se a economia criativa não teria se convertido de um discurso em uma espécie de doutrina hegemônica no quadro de ideias sobre a política cultural do Reino Unido, além de ter obtido significativa abrangência internacional. Coincidência ou não, em 2008 a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad) publicou o primeiro relatório global sobre a economia criativa, com o propósito de informar aos países em desenvolvimento sobre as oportunidades do principal ativo econômico do novo milênio: a criatividade. Desde então, o adjetivo criativo passou a figurar nos documentos de política cultural e virou uma fixação entre as cidades na disputa pelo selo de cidade criativa da Unesco.

Entretanto, mesmo com tamanha repercussão, sobretudo pela profusão de relatórios de impacto econômico, as palavras criatividade e cultura não foram mencionadas nos dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) da ONU. Para Justin O'Connor (2016, p. 6), essa ausência seria um indicativo do desgaste da palavra criatividade por conta da insistência em torná-la sinônimo de inovação e crescimento econômico e cada vez mais estranha à arte e à cultura. Além disso, a própria expansão do conceito em nome de uma racionalidade econômica pode ter passado a mensagem de que a cultura é um setor autossustentável, regulado pela suposta eficiência do mercado.

Ainda em termos conceituais, O'Connor (2016) propõe que a manutenção de hierarquias pode ser um dos fatores que ajudam a explicar a possível perda de relevância da economia criativa. É o caso da distinção entre os valores simbólicos e estéticos, quando se refere às indústrias culturais, e o valor econômico, quando se trata das indústrias criativas. Para contornar essa divisão, Justin O'Connor aponta como o Marco de Estatísticas Culturais (MEC) da Unesco (2009) é suficientemente objetivo na organização dos seis domínios culturais e dos dois domínios

relacionados. O conjunto de atividades incluídas no MEC evitaria a reprodução de hierarquias e reposicionaria a cultura com uma economia própria, e não um subproduto da criatividade.

Por isso, segundo O'Connor, o mais promissor seria pensar em uma economia cultural. Mesmo que por razões diferentes, George Yúdice (2006) também defende a ideia de uma economia cultural, e não propriamente uma economia criativa, já que esta, argumenta, estaria interessada apenas no fornecimento de conteúdo multicultural para as novas mídias de comunicação e informação. Assim, a economia criativa está relacionada com a representação de uma dimensão pública da cultura, e não uma perspectiva mais ampla de participação.

Além desses aspectos semânticos e conceituais, um outro motivo pelo qual se deve questionar o discurso da economia criativa é que os seus efeitos distributivos não são facilmente demonstráveis. Ao contrário, muitos estudos têm apontado justamente as desigualdades de oportunidades, de representação e participação na economia criativa. A um dos estudos mais recentes sobre essa questão, os autores Orian Brook, Dave O'Brien e Mark Taylor (2020) deram o provocativo título de *Culture is bad for you*, cujo propósito é mostrar as desigualdades nas ocupações culturais, inclusive as dificuldades de mobilidade social nas diferentes áreas ou indústrias da economia criativa. Vale ressaltar que no terceiro capítulo desta pesquisa será feita a análise do mercado regional de bens e serviços criativos do Mercosul.

Uma outra crítica fundamental para se pensar os limites da economia criativa é o estudo *Be creative: making a living in the new culture industries*, da socióloga Angela McRobbie (2016). O estudo analisa o *self-employment* e a precarização do trabalho e das condições de vida das mulheres na economia criativa britânica, a partir de um contexto de crescente competição e de redução das capacidades de intervenção do setor público. Essa postura crítica à economia criativa por parte dos estudos culturais, como é o caso do estudo de McRobbie, é geralmente justificada pela acentuada comoditização da dimensão pública inerente às práticas culturais.

Por último, deve-se notar como o discurso da economia criativa é cada vez mais indistinto da economia digital e suas múltiplas *buzzwords*, as palavras do momento, o que acaba lhe conferindo alguns embaraços. É ilustrativo disso a associação com o termo *Flat White Economy* (MCWILLIAMS, 2015), usado para distinguir as supostas vantagens do distrito EC1V de Londres em tecnologia, demanda e habilidade (trabalho criativo). Também pode-se mencionar os termos *white collar* e *gig economy*, os quais frequentemente aparecem juntos quando o assunto é flexibilidade dos “cérebros de obra”, isto é, novas estratégias de acumulação econômica que defendem uma *on-demand workforce*, a criação de uma reserva de trabalhadores altamente qualificados, os trabalhadores criativos, para que possam ser acionados em projetos específicos por subcontratos.

Esse processo de flexibilização vem ocorrendo desde os anos 1970 (HARVEY, 2005; RIFKIN, 2001), mas no atual estágio de organização da economia ele assumiu uma feição de como os empregos poderão ser no futuro próximo. Para tanto, a lógica de gerenciamento de milhões de trabalhadores criativos tem sido aperfeiçoada pelas plataformas digitais. Empresas globais como a Uber e a Lyft já permitem que se peça pelo aplicativo serviços de limpeza

e estoque, além dos tradicionais motoristas de carro. A tendência é que essas plataformas passem a intermediar em outros seguimentos, incluindo as funções criativas, como jornalistas, fotógrafos, professores, dentistas, *designers*, arquitetos, atores, músicos etc.

Apenas para exemplificar como as funções criativas estão passando por um processo de precarização ou até um possível desaparecimento, veja-se o caso do *designer* gráfico Nikolay Ironov¹⁰, que ao longo doze meses produziu mais de vinte projetos comerciais para cafés, barbearias, bares, cervejarias e youtubers. Os seus trabalhos foram aprovados pelos clientes e atualmente circulam por diversos lugares na Rússia. O que os clientes não sabiam é que Nikolay é um sistema de inteligência artificial (IA), capaz de executar trabalhos criativos e originais em curtíssimo tempo e disponível 24 horas por dia. Para os desenvolvedores do Art. Lebedev Studio, a intenção é que as habilidades de Nikolay sejam aprimoradas e passem a ser aplicadas também nas áreas de *design* industrial, arquitetura, moda e indústrias relacionadas.

10 O portfólio de Nikolay Ironov pode ser conferido em: <https://www.artlebedev.com/nikolay-ironov/>.

1.8 SÍNTESE DO CAPÍTULO

■ ■ ■

O estudo dos quatro conceitos nos permitiu identificar uma série de mudanças nas maneiras de pensar a relação entre cultura e mercado. Igualmente, o exercício de traçar um fio ao longo de mais de meio século de história nos possibilitou ver a riqueza do uso do termo *indústria*, às vezes aplicado de maneira a menosprezar os novos bens culturais e, outras vezes, para sustentar uma visão crítica sobre o mercado cultural. Essa insistência no termo *indústria* também possibilitou observar a sua gradativa dissolução, primeiro com o emprego do adjetivo *criatividade* em detrimento do termo *cultura*, depois com a substituição pelo termo *economia*. Ao invés da crítica, essas últimas duas mudanças foram acompanhadas por elogios e expectativas da relação entre cultura e mercado.

Em paralelo a essas mudanças morfológicas, o estudo dos quatro conceitos nos possibilitou acompanhar as transformações da grande unidade de produção para a pequena e média unidade e, finalmente, para o indivíduo, o qual passou a ser descrito como fonte de recurso e capacidade transformativa. O indivíduo é a própria indústria. Essa mudança de foco do macro para micro foi acompanhada por um processo inverso, com a crescente comoditização das formas simbólicas, e pela constituição de gigantescos conglomerados de produção cultural, cuja face mais atual são as *Big Tech*.

Também notou-se que parte das tensões da produção cultural tem raízes no longo processo de autonomização das artes e no desenvolvimento das atividades mercantis e industriais que ocorreram entre os séculos XVIII e XIX na Europa Ocidental. Com a expansão do capitalismo, outras regiões do mundo foram envolvidas nos negócios e práticas culturais do modelo ocidental, mas suas feições e efeitos sociais terão muitas diferenças. E isso nos leva para mais um aprendizado. O estudo dos conceitos ajudou a identificar a entrada dos Estados nacionais e das instituições supranacionais no campo da produção cultural. Será a partir desse

momento que os países em desenvolvimento tentarão construir uma maneira própria de lidar com as dinâmicas do mercado cultural internacional e seu patrimônio cultural.

Por último, a investigação de linhas de continuidade e marcas de diferença entre os quatro conceitos nos permitiu sugerir que o *campo de interação* contemporâneo da produção de bens simbólicos é caracterizado por ideias, valores, preconceitos, pressupostos, modelos, esquemas, regras e normas dos quatro momentos estudados. Isto é, os conceitos de indústria cultural, indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa apresentam diversos elementos que ajudam a explicar as condições atuais da produção cultural. O desafio, sem dúvida, é perceber os aspectos contraditórios e os limites de cada um. Entendemos que essa postura é fundamental para pensar as políticas culturais. Não se trata de defender uma visão imparcial, e sim uma visão intermediária, inclusiva e crítica, sobretudo porque as políticas culturais podem desempenhar diversas funções. Elas são necessárias para assegurar espaços de experimentação estética, proteger as práticas tradicionais, estimular as novas linguagens artísticas, apoiar a geração de receitas e empregos, garantir a oportunidade de expressão e perseguir metas de desenvolvimento nacional e regional.

■ ■ ■

CAPÍTULO 2

Cultura, criatividade e desenvolvimento

■ ■ ■

2.1 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

■ ■ ■

O estudo feito no primeiro capítulo organizou-se em torno das tensões entre cultura e mercado, o que nos permitiu transitar entre os conceitos de indústria cultural, indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa. Esse percurso conceitual e histórico revelou-se bastante útil para evidenciar as diferenças e continuidades nas formas de descrever e definir a produção cultural. Contudo, ao lado do estudo da relação entre os bens simbólicos e suas formas de valorização econômica e cultural ainda se faz necessário discutir um outro processo igualmente significativo, qual seja, a circulação desses bens pelos territórios. Se com a invenção da imprensa os textos passaram a ter um alcance transnacional com muito mais rapidez, com a revolução dos meios de transporte e das tecnologias de transmissão por ondas eletromagnéticas, as pessoas, os bens e as mensagens puderam se deslocar para qualquer lugar do mundo em curtíssimo tempo.

Para conduzir o estudo da superação das restrições espaçotemporais pelos bens e serviços culturais, será adotada a noção de *espacialização*, proposta por Vincent Mosco (2009). Com isso, os papéis desempenhados pelas corporações e pelos Estados serão as principais referências do presente capítulo. Entretanto, apesar da importância das corporações de produção cultural e midiática, é a conduta do Estado na regulação da produção, circulação, consumo dos bens e serviços culturais que mais interessa nesta etapa do estudo. Desse modo, espera-se mostrar o complexo jogo de forças entre os interesses privados e os interesses públicos, entre os valores econômicos e culturais. É esse jogo de forças que trará elementos decisivos para a constituição do campo de interação do setor cultural mercosulenho.

Ao empregar a palavra regulação para descrever um conjunto de ações, o que se pretende dizer, em consonância com Mosco (2009, p. 176), é que o Estado não age apenas de maneira reativa. O setor de produção de bens e serviços culturais, por exemplo, é composto

por diferentes formas de regulação, sejam as mais aparentes, como a regulação favoráveis ao mercado, sejam as regulação implementadas pelo Estado, às vezes com a predominância do interesse público. Assim, um debate em torno do par “regulação versus desregulação” não é adequado quando a desregulação não é considerada uma opção. Segundo a proposta de Mosco (2009, p. 176): “eliminar a regulação governamental não é desregulação, mas expandir da regulação do mercado”. Assim, a questão central parece estar em torno das possíveis consequências de uma atuação exclusiva de um desses agentes sobre a produção cultural.

Dito isso, Mosco (2009) propõe quatro maneiras pelas quais o Estado atua na construção de formas de regulação, que estão diretamente relacionadas com a espacialização dos bens e serviços culturais. A primeira é a *comercialização*, cuja principal característica é a substituição das formas de regulação baseadas em interesse público por um modelo que prioriza os padrões de mercado. É o que ocorre quando o único objetivo dos administradores públicos é aumentar a lucratividade das empresas estatais. No caso das empresas públicas de telecomunicação e radiodifusão, a lógica da comercialização leva à busca por aumento de audiência para atrair receitas com propagandas. É comum também que se passe a programar de acordo com as tendências internacionais.

A segunda forma de regulação ocorre por meio da *liberalização*. Trata-se de um processo de intervenção do Estado para expandir o número de participantes no mercado, quando ocorre uma situação de monopólio privado ou público. A famosa *Ley de Medios da Argentina*¹¹, aprovada em 2009, é um exemplo de intervenção do Estado contra o monopólio privado do setor de comunicação. Para os defensores da liberalização, aumentar o número de companhias no mercado traria diversos benefícios, como a redução dos preços, a expansão dos serviços e o aumento da inovação. Os críticos da liberalização, por sua vez, argumentam que esse modelo de regulação favorece a criação de oligopólios, o que resulta na elevação dos preços, e a inovação tenderia a favorecer apenas os consumidores privilegiados.

A *privatização* é a terceira forma de regulação apontada por Mosco (2009) e se refere a um tipo de intervenção que literalmente vende as empresas estatais, como as empresas de telecomunicação e telefonia, para o setor privado. Esse processo assume diversas características, que vão desde a venda de uma porcentagem das empresas públicas para compradores internacionais até a transferência total para grupos empresariais. Esse modelo de regulação vem ocorrendo por diversas razões, mas se destacam o comprometimento dos governos com certas visões ideológicas, o interesse dos governos em captar receitas e a pressão das companhias transnacionais ou dos organismos internacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e a OMC. Os críticos veem a privatização como o fim de uma alternativa

11 A Lei 26.522 de Serviços de Comunicação Audiovisual, também chamada de Ley de Medios, tinha como propósito geral evitar a formação ou continuação dos monopólios de comunicação na Argentina. Foi promulgada em 2009 e desde então vem sendo alterada.

contra a regulação absoluta do mercado, a perda da soberania das nações e a redução do controle sobre a política local e nacional.

A quarta e última forma de regulação é a criação de organizações regionais e globais que integram os governos em diferentes graus de *internacionalização*. O Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (Nafta) – que a partir de 2018 passou a ser denominado de Acordo Estados Unidos, México e Canadá (USMCA) –, o Mercado Comum do Sul (Mercosul) e a União Europeia (UE) são exemplos dessas alianças regionais. Do ponto de vista global, pode-se destacar a Organização Mundial do Comércio (OMC), a Organização das Nações Unidas (ONU) e, particularmente importantes para este estudo, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio de Desenvolvimento (Unctad).

Essa forma de regulação internacional muitas vezes é vista como uma estratégia para perpetuar o poder das nações mais ricas, como é o caso do poderoso *lobby* do mercado audiovisual norte-americano dentro dessas instituições nacionais e supranacionais (MARTEL, 2012). Um outro exemplo disso é o embate na Rodada Doha, com a resistência dos países ricos em reduzir os subsídios para os produtores agrícolas que acaba penalizando os países em desenvolvimento, os quais têm na exportação de produtos primários a sua maior capacidade de inserção no comércio internacional.

Por outro lado, esses mesmos arranjos institucionais também possibilitam a criação de alternativas em diferentes setores, como é o caso das linhas de crédito para projetos de infraestrutura em países em desenvolvimento e a possibilidade de estabelecer regras mais equitativas para o comércio dentro dos blocos regionais. Em relação ao setor das indústrias criativas e culturais, as ações e os programas desenvolvidos na Unesco e na Unctad ao longo das últimas décadas têm permitido a criação de instrumentos operacionais e normativos com abrangência internacional. Ao longo deste capítulo pretende-se mostrar em detalhes os limites e as possibilidades desses instrumentos criados pelas instituições multilaterais.

É nesse contexto de um contínuo e ambivalente processo de comoditização e difusão dos bens e serviços culturais que um certo ramo das políticas públicas, denominadas de políticas culturais, tornou-se uma área específica para ação das instituições de interesse público. Assim, este estudo parte de um entendimento inicial da política cultural como o “que os governos, em várias escalas espaciais, escolhem fazer ou não em relação à cultura” (BELL; OAKLEY, 2015, p. 47). Em outras palavras, a política cultural é entendida como instrumento de suporte, repressão e regulação. Portanto, a política cultural é um domínio sujeito aos quatro processos de regulação vistos acima.

Ao propormos esse enfoque entre as políticas culturais com os processos de comercialização, liberalização, privatização e internacionalização, não se quer dizer que no fim das contas tudo se torna *commodity* ou que cultura perdeu sua autonomia. O que se pretende, na verdade, é entender outros aspectos de um processo já identificado por estudiosos, como David Throsby (2010), David Bell e Kate Oakley (2015), e George Yúdice (2006), em que as

políticas culturais deixaram de ter um escopo limitado às artes e passaram a incorporar outras expressões culturais, assim como investir no vínculo entre cultura e processos de desenvolvimento econômico e cultural, isto é, sugere-se que as políticas culturais, ao longo das últimas décadas, cada vez mais intencionam o valor econômico.

O problema é que essa modulação das políticas culturais, outrora voltada às artes e atualmente comprometida com as questões econômicas, sociais, culturais e ambientais, não parece estar satisfatoriamente esclarecida. Nesse sentido, Justin O'Connor (2016) chama atenção para o fato de que os termos cultura e criatividade não são mencionados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODSs) da ONU, como mencionado no primeiro capítulo. Seria essa ausência dos termos cultura e criatividade um indicativo de que se deve repensar as políticas culturais e seu vínculo com o desenvolvimento? Qual seria então o escopo das políticas culturais contemporâneas? Há espaço para políticas culturais em nível supranacional, como é o caso do bloco regional Mercosul?

Para buscar elementos de resposta a essas questões, o objetivo principal deste segundo capítulo é estudar a formação dos discursos da política cultural internacional. A hipótese é a de que, ao identificar as características do discurso da política cultural vinculada à busca por desenvolvimento, será possível reconhecer os desafios e as possibilidades não só em relação aos ODSs, mas para a integração de ações conjuntas dos países em desenvolvimento a partir dos chamados blocos regionais, como é o caso do Mercosul. O que se busca aqui é, em suma, dar mais um passo para se reconhecer o *campo de interação* (BOURDIEU, 2017) das indústrias criativas e culturais no contexto do Mercosul, a partir do qual os pequenos e médios produtores deverão lidar para viabilizar a produção e circulação de seus produtos e serviços culturais.

A partir disso, pode parecer que a política cultural seja algo facilmente discernível no conjunto das ações promovidas pelo Estado ou pelas instituições supranacionais. Na realidade, porém, não é tão simples estabelecer os limites institucionais da política cultural, pois ela pode estar presente nas políticas educacional, externa, de bem-estar, de turismo, de desenvolvimento industrial, entre outras (THROSBY, 2010, p. 28). Apesar disso, para alguns países a política cultural é uma atribuição dos ministérios e secretarias de cultura. Na perspectiva regional, as políticas culturais seriam responsabilidade de um arranjo específico, como ocorre com a área de cultura e mídia na Comissão Europeia, e com o Mercosul Cultural, no Mercosul. Em um recorte global, a Unesco é a principal proponente de políticas culturais. Em qualquer desses níveis, é comum que as instituições produzam os chamados documentos de política cultural.

Para este estudo, os documentos de política são os registros de uma série de intenções dos governos e dos organismos internacionais em relação ao papel da cultura em nossa sociedade. Esses documentos condensam as expectativas das instituições públicas, as pretensões do setor privado, as demandas da sociedade civil e das associações profissionais. São documentos, em geral, elaborados sob pressão por parte dos grupos de poder e, por isso, refletem a proposição de alternativas e as disparidades no fluxo de produtos e serviços culturais.

Em função dessas características, o tratamento dos documentos de política cultural será feito a partir de uma abordagem inspirada na proposta de David Bell e Kate Oakley (2015), para os quais as políticas culturais podem ser estudadas como *discurso*, como *texto*, como um *processo* e como uma *prática*. No caso da política cultural como discurso, saber como a cultura tornou-se objeto de governo e como certos usos e valores foram incorporados dentro do selo das políticas culturais são algumas das possibilidades. Assim, o tema do desenvolvimento será abordado como um discurso específico das políticas culturais a partir dos anos 1970.

Para tanto, é preciso considerar que as políticas culturais fazem parte da realidade. De fato, quando vamos ao cinema, assistimos a uma peça de teatro, aprendemos a tocar um instrumento, participamos de um cortejo ou visitamos uma exposição, é bem provável que estejamos vivenciando o resultado das políticas culturais. Entretanto, essa não é a sua única forma de existência. As políticas também existem como textos, e são expressas em relatórios, planos de trabalho, convenções, acordos e programas. São esses textos que possibilitam compreender a política cultural como discurso. No caso desta pesquisa, o estudo do desenvolvimento nas políticas culturais terá como fonte principal os textos produzidos pelos organismos internacionais.

Se as políticas culturais existem como texto e como discurso, a sua construção ao longo do tempo se dá necessariamente como um processo. Nesse sentido, a questão do desenvolvimento e a política cultural será influenciada por uma série de eventos de natureza política, técnica, especializada e consultiva. Essa perspectiva nos faz lembrar que os marcos teóricos e guias práticos produzidos por instituições como Unesco e Unctad não surgiram instantaneamente. Além disso, entender as políticas culturais como processo é reconhecer que as “técnicas de governabilidade” (YÚDICE, 2006) foram elaboradas em um certo lugar no mundo, por isso a sua aplicação em outras regiões não é um mero problema funcional. É devido a isso que a perspectiva da espacialização (MOSCO, 2009) parece ser necessária para estudar a participação do Estado na criação de mecanismos de proteção dos valores culturais e promoção de bens e serviços.

A quarta abordagem proposta por Bell e Oakley (2015) é a política cultural como prática. Na presente etapa do estudo, contudo, essa abordagem não será explorada. Isso será feito no terceiro capítulo, quando se iniciar a análise do Mercado das Indústrias Culturais do Sul (Micsul). Por enquanto, basta dizer que essa abordagem inclui as três anteriores, mas traz algumas diferenças metodológicas, o que inclui não só a análise de documentos de política como também a coleta de dados e a realização de entrevistas.

Apresentados os pressupostos teóricos deste segundo capítulo, a seguir serão estudados os discursos da política cultural.

2.2 A GÊNESE DAS POLÍTICAS CULTURAIS

■ ■ ■

As relações entre produtores culturais e instituições sociais são extremamente variadas ao longo do tempo, mas, ainda assim, apresentam certos modos relativamente estáveis. Segundo Raymond Williams (1992), a modalidade do patronato ou mecenato, por exemplo, foi um tipo de relação na qual poetas, pintores, músicos e escritores eram mantidos ou protegidos enquanto se dedicavam à produção artística. A aristocracia, a igreja e as organizações estatais foram as principais mantenedoras desse tipo de vínculo. Essa prática perdurou até o século XIX, embora possa ser encontrada atualmente. Um segundo tipo de relação apontado por Williams (1992, p. 46) é aquela estabelecida com o profissional de mercado. Isso porque, a partir do século XIX, os trabalhos artísticos passaram a ser concebidos como mercadorias e, com isso, as antigas relações em torno da produção artesanal foram se tornando mais complexas, seja com a interferência de intermediadores, seja com a criação do *copyright* e do *royalty*, que são formas de recompensa.

Finalmente, a partir do início do século XX, mas expandindo-se enormemente a partir dos anos 1950, deu-se a fase mais avançada, chamada por Williams de relações profissionais empresariais. Nessa etapa, as recompensas pelos trabalhos culturais tornaram-se profissionalizadas e organizadas. Além disso, ocorreu o aumento do número de pessoas diretamente empregadas nas companhias de produção cultural. Concomitante à escrita de livros, *performances* musicais e peças teatrais, as novas tecnologias de transmissão ligadas ao rádio e à televisão estimularam outros tipos de relações entre produtores e instituições – os conceitos de indústria cultural e indústrias culturais estão diretamente relacionados a esse contexto.

Assim, ao lado das instituições empresariais, surgiram novos arranjos igualmente importantes para a produção cultural. Raymond Williams (1992) denominou esses novos

arranjos de instituições pós-mercado, para se referir às organizações, fundações, consulados e, evidentemente, ao Estado. David Hesmondhalgh (2015, p. 76), por sua vez, propõe o termo “complexo profissional” para se referir à produção cultural em contexto de relações de mercados e com o Estado. Independente de qual denominação seja mais precisa, o que parece ser importante, como assinala Michael Volkerling (2009, p. 89), é que “desde a conclusão da Segunda Guerra Mundial a vida cultural dos Estados nações passou a ser identificada com um campo legítimo para intervenção governamental”.

A partir disso, a cultura se tornou um lugar de intervenção política, assim como ocorreu com a educação, a saúde e o bem-estar. Se fossemos buscar a gênese do que passou a ser chamado de política cultural no Ocidente, a proposta de Xan M. Bouzada Fernández (2007) parece ser a mais aceita; segundo essa proposta, os três principais marcos foram as experiências no campo cultural com a Segunda República Espanhola, entre os anos de 1931 e 1939; a institucionalização do Arts Council, em 1946, na Inglaterra; e a criação do Ministério da Cultura, na França, em 1959. Entre essas experiências iniciais, o modelo francês, de acordo com Albino Rubim (2012, p. 14), “pode ser tomado como o momento de fundação das políticas culturais no ocidente”, uma vez que o Ministério da Cultura seria o experimento mais completo de atuação do Estado na produção cultural.

Apesar das diferenças entre países, para Françoise Benhamou (2007) é possível identificar dois grandes modelos de políticas culturais: um modelo anglo-saxão, pouco intervencionista, e o modelo da Europa meridional, mais inclinado a recorrer à intervenção pública. Contudo, essas diferenças parecem cada vez menores, muito em função da busca por modelos mais dinâmicos e pela internacionalização das políticas culturais. De todo modo, em torno desses dois núcleos podem ser identificadas periodizações, discursos, escopos e agentes das políticas culturais, isto é, as relações entre produtores e instituições.

No caso do modelo francês, por exemplo, o discurso predominante nos primeiros anos é o da política cultural centrada no valor estético, na excelência cultural, em que

O ministério encarregado dos assuntos culturais tem a missão de tornar acessíveis as principais obras da humanidade e, primeiro, da França ao maior número possível de franceses; garantir o mais vasto público para nosso patrimônio cultural e favorecer a criação de obras de arte e do pensamento que o enriqueçam. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 1959 apud POIRRIER; GENTIL, 2012, p. 12)

É interessante notar, porém, que a reivindicação democrática também está explícita no decreto de fundação do Ministério, mesmo que o discurso da democracia cultural seja normalmente associado às políticas culturais dos anos 1960 em diante (RUBIN, 2012, p. 17). Isso indica justamente a polissemia dos discursos e, dessa forma, a dificuldade de se estabelecer periodizações inflexíveis.

O estudo de Michael Volkerling (2009) sobre as políticas culturais pós-Segunda Guerra no Reino Unido e seus antigos domínios, a Austrália, o Canadá e a Nova Zelândia, mostra que as belas-artes também são o setor de interesse do Estado, ao menos durante o período

de fundação, entre 1945 e 1965. O discurso predominante nesse período é o que Volkerling chama de idealista. Somente na fase seguinte, com o período de profissionalização, entre os anos 1965 e 1985, é que a democratização da cultura passará a ser um objetivo das políticas culturais.

Nesses exemplos, vistos apenas em seus períodos iniciais, notam-se similaridades entre os discursos das políticas culturais, mesmo que os modelos de organização, com maior ou menor intervenção do Estado, sejam diferentes. Isso ocorre porque as artes, como aponta David Throsby (2010, p. 17), são a maior preocupação das políticas culturais nesse período inicial. É ainda nesse momento que o conceito de indústria cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) é acionado pelos fazedores de política para justificar a ênfase no valor estético nacional, ou seja, a política cultural é entendida como um contraponto à indústria cultural. Segundo Philippe Poirrier e Geneviève Gentil (2012, p. 13), “André Malraux já tinha enunciado os graves danos contra a civilização que representam o crescimento das ‘usinas de sonhos’”, isto é, a indústria cultural.

Sem dúvida, há nessa primeira fase das políticas culturais um embate motivado pelas experiências da Segunda Guerra Mundial. Por isso, muito do que os Estados nacionais irão propor nas áreas de cultura e comunicação está relacionado com a recuperação de prestígio e retomada do poder na nova ordem internacional. No caso dos países europeus – especialmente a França –, a suposta regressão da cultura representada pelos bens culturais norte-americanos tornou-se uma justificativa para promover as artes e a produção audiovisual nacionais por meio de políticas de incentivo e regulação.

Ao mesmo tempo, a contestação interna do viés elitista dessa primeira fase das políticas culturais e a acusação de favorecimento público a artistas suspeitos de subversão (POIRRIER; GENTIL, 2012) desencadeará um processo de mudança no escopo das políticas culturais francesas ainda no final dos anos 1960. Esse novo fenômeno ficou conhecido como *desenvolvimento cultural*, o que significava pensar o papel da cultura de forma mais ampla, buscando vínculos com a educação, a inclusão de outras atividades de produção ligadas à mídia, planejamento urbano e qualidade de vida.

Com isso, a partir dos anos 1970, os discursos das políticas culturais no Ocidente começam a entrar definitivamente no campo semântico da economia¹². Uma das particularidades desse discurso é a associação entre cultura e processos de desenvolvimento econômico, cujo principal elo, em um primeiro momento, são as indústrias culturais, tal como passaram a ser entendidas no início dos anos 1970 (MIÈGE, 1987; GARNHAM, 1990). Ao lado disso, a adoção de um conceito mais amplo de cultura, “um todo modo de vida” (WILLIAMS, 1998, p. 206) ou, como preferem os franceses, um conceito antropológico de cultura, trará novos desafios para

12 Os conceitos de indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa estudados no primeiro capítulo evidenciaram esse novo caminho tomado pelas políticas culturais há cerca de cinco décadas.

o exercício das políticas culturais.

Para entender os novos discursos das políticas culturais que relacionam desenvolvimento econômico e cultura é preciso se distanciar parcialmente das experiências nacionais e buscar um outro ângulo de visão. Nesse caso, o ângulo escolhido é o da política cultural internacional. Para tanto, este estudo se voltará à análise dos documentos elaborados pela Unesco e Unctad a fim de identificar as mudanças e continuidades no escopo das políticas culturais. É preciso assinalar que esse corte repentino da gênese das políticas culturais nacionais para o nível internacional, sem passar pelos estudos das políticas culturais dos países sul-americanos, tem uma razão de ser. Entende-se que o processo de criação das políticas culturais na América Latina não se deu no mesmo ritmo nem contou com as condições políticas e econômicas dos países desenvolvidos. Por isso esse tema será retomado no terceiro capítulo com mais vagar.

Assim, a próxima seção abordará a formação de um discurso internacional como uma questão de vida ou morte das políticas culturais. O ápice desse processo é o estabelecimento de diretrizes e guias metodológicos para auxiliar na definição, mensuração, aplicação e avaliação dos índices de desenvolvimento alcançados por meio das políticas culturais.

2.3 A POLÍTICA CULTURAL INTERNACIONAL

■ ■ ■

A política cultural internacional está necessariamente vinculada às políticas nacionais e locais, mas os seus discursos têm características próprias, uma vez que um de seus objetivos é alcançar algum consenso sobre temas em disputa. Tendo em vista os interesses e as especificidades de cada país, as organizações multilaterais surgidas após o fim da Segunda Guerra Mundial construíram uma série de diretrizes e recomendações sobre a economia, a política, os direitos humanos, o meio ambiente e a cultura que são capazes de espelhar uma agenda global cada vez mais interdependente. Entre os anos 1950 e 1960, por exemplo, as políticas culturais da Unesco refletiam os discursos em defesa das artes e da cultura relacionada à identidade nacional (THROSBY, 2010, p. 173), semelhante ao que ocorria na França e Inglaterra. Entretanto, a partir dos anos 1970, a Unesco assumiu um maior protagonismo internacional, embora intermitente (RUBIN, 2012), e isso lhe permitiu ampliar as expectativas em torno do papel das políticas culturais.

Esse reposicionamento da Unesco ocorreu em um contexto muito complexo, e fatores políticos, econômicos, tecnológicos e culturais precisam ser levados em consideração para explicá-lo. No primeiro capítulo deste estudo foi traçado um panorama geral desses fatores, embora o intuito tenha sido o de mostrar a passagem do conceito de indústria cultural para o conceito de indústrias culturais, no plural. Apesar disso, o contexto geral de mudanças é o mesmo, o que nos permite sugerir que a compreensão sobre as indústrias culturais a partir da década de 1970 tenha influenciado diretamente as novas expectativas com as políticas culturais no âmbito da Unesco. Se isso proceder, então as mudanças nas formas de nomear o setor da produção cultural ocorridas a partir dos anos 1990, com o uso dos termos indústrias criativas e economia criativa, também implicarão novas expectativas e promessas por parte das políticas culturais.

Nas próximas duas subseções buscaremos detalhar, definir e nomear esse processo de mudanças sobre as relações da cultura e da criatividade com o desenvolvimento econômico e cultural.

2.3.1 Cultura e desenvolvimento

■ ■ ■

Decerta forma, o relatório da Unesco de 1969 denominado *Cultural policy: a preliminary study* já anunciava essa virada de perspectiva das políticas culturais, ao sugerir que “a cultura deve estar ligada à realização da personalidade e ao desenvolvimento econômico e social” (UNESCO, 1969, p. 10). No ano seguinte, com a Conferência Intergovernamental sobre os Aspectos Institucionais, Administrativos e Financeiros das Políticas Culturais, sediada em Veneza, a Unesco formalizou, diante da comunidade internacional, a proposição de que o desenvolvimento cultural deveria ser concebido como parte integrante do desenvolvimento global e, por isso, precisaria ser objeto das políticas nacionais.

Mas será com o estudo *Cultural development: experiences and policies*, encomendado pela Unesco a Augustin Girard e publicado em 1972 e atualizado em 1983, que os produtos e as atividades das indústrias culturais serão reconhecidos como parte da realidade e, por conseguinte, como objetos de políticas culturais. A partir desse momento, as indústrias culturais figurarão cada vez mais no escopo das políticas públicas, seja por sua dimensão econômica, portanto diretamente relacionadas com uma certa visão de desenvolvimento, seja por sua função comunicacional. Segundo Girard, as políticas culturais e os fazedores de política teriam negligenciado o papel dos bens culturais industrializados na vida das pessoas. Naquele momento, era inegável uma certa democratização do acesso e da produção levada a cabo pelo setor privado, assim como a descentralização dessa produção, algo que o poder público não conseguiu levar a diante.

No entanto, essa nova condição da produção cultural imporia desafios inéditos, pois seria necessário “pensar as conexões entre políticas culturais e as indústrias culturais, sobretudo porque essas indústrias ainda estão apenas nos estágios iniciais de desenvolvimento” (GIRARD, 1983, p. 37). Para Girard, as políticas culturais deveriam ter como objetivos finais o enfrentamento das questões relacionadas à fragmentação do trabalho e às formas de lazer; a construção de um ambiente favorável para viver nas cidades; o equilíbrio entre as culturas tradicionais e modernas; e oferecer perspectivas de vida para os jovens. Como se nota, há ecos do discurso do desenvolvimento cultural próprio das políticas culturais francesas.

Três anos depois da publicação do estudo de Augustin Girard, a Conferência Intergovernamental sobre as Políticas Culturais na África (Africacult), em 1975, trouxe para a comunidade internacional outros aspectos com os quais as políticas culturais deveriam lidar.

O encontro ocorrido na cidade de Acra, em Gana, foi por si só um acontecimento histórico, justamente por ser o primeiro evento desse tipo no continente. Entre as contribuições trazidas pela Africacult, destacam-se a afirmação da identidade cultural como forma de superar os traumas do processo de colonização, as diferenças entre os povos locais e um caminho para cooperar com as demais culturas de forma livre e em igualdade. Outra contribuição do encontro foi ressaltar que “o desenvolvimento cultural não é apenas um aspecto qualitativo do desenvolvimento, mas o verdadeiro propósito do desenvolvimento” (UNESCO, 1975, p. 20).

A partir desse momento, a política cultural internacional tornava-se um campo de intervenção pública que incluía a arte, o patrimônio, as expressões urbanas e tradicionais e as tecnologias de informação e comunicação. Entre as expectativas dessa ampliação de escopo, destacam-se as de caráter econômico, cultural e social, sobretudo por parte dos países em desenvolvimento. Aliás, nesse período inicial de internacionalização das políticas culturais muitos países estavam vivenciando conflitos étnicos, regimes ditatoriais, como foi o caso de alguns países sul-americanos, ou tinham acabado de romper os vínculos coloniais com os países desenvolvidos.

Na década seguinte, em 1982, a Unesco publicou o estudo *Cultural industries: a challenge for the future of culture*, com o objetivo de entender o lugar e o papel das indústrias culturais no desenvolvimento cultural das sociedades. Embora fosse um estudo encomendado a um grupo de especialistas e, portanto, não expressasse necessariamente a visão oficial da instituição, o prefácio elaborado pela Unesco deixa claro que se trata de mais um esforço em busca de uma definição do termo indústrias culturais. Com isso, esperava-se compreender a abrangência do setor, o modo de operação e os efeitos sobre os grupos sociais. Apesar de reconhecer os aspectos adversos da internacionalização dos bens culturais – como os riscos do monopólio audiovisual norte-americano –, o objetivo era criar estratégias para aproveitar o poder desse setor e promover o desenvolvimento cultural, o aprimoramento mútuo das culturas e salvaguardar as identidades culturais. O desafio, porém, relacionava-se ao aproveitamento dos possíveis benefícios.

Nessa altura, os bens e serviços culturais entregues pelos meios de comunicação de massa e reproduzidos pelos diversos dispositivos se tornaram um fato inegável para a maior parte das comunidades humanas. Ao mesmo tempo, cresciam os argumentos que defendiam uma intervenção pública por meio de patrocínios, cotas, subsídios e regulações para a proteção dos produtos nacionais e mesmo como forma de proteção dos valores nacionais. Entre as estratégias possíveis para lidar com a internacionalização da produção cultural, a Unesco (1982b) colocou em questão quais níveis os Estados deveriam priorizar para responder aos novos desafios. Seria recomendado investir em ações locais, a partir de pequenas unidades de produção cultural, e, assim, contrabalancear os efeitos da padronização cultural provocados pelos meios de comunicação de massa? Ou seria necessário escolher o nível nacional, mesmo sabendo que para os países em desenvolvimento a questão orçamentária é sempre um problema? Ou a melhor estratégia seria no nível da cooperação internacional?

O problema, contudo, é que, embora a Unesco tenha organizado uma série de estudos de caso sobre as políticas culturais dos países¹³, ainda não era possível estabelecer diretrizes mais precisas, e sim apenas propor recomendações gerais. Apesar do vínculo evidente entre a função das políticas culturais, o desenvolvimento econômico e as indústrias culturais, parecia conveniente não intensificar ainda mais as tensões relativas às regras do comércio internacional¹⁴. Dessa forma, um primeiro passo estratégico para a construção de um discurso que fosse aceito internacionalmente foi dado com o conjunto de resoluções alcançadas na Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais (Mondiacult), sediada na Cidade do México, em 1982.

Se no primeiro encontro organizado pela Unesco para discutir as políticas culturais os participantes concordaram em “não embarcar em uma tentativa de definir cultura” (UNESCO, 1969), a conferência de 1982 consagrou-se justamente por propor uma noção ampla de cultura, a qual deveria guiar os trabalhos da instituição e servir de referência para os Estados nacionais. Definir o que é cultura, portanto, foi o primeiro passo estratégico da Unesco para o estabelecimento das diretrizes de uma política cultural internacional. Assim, cultura é entendida como:

o conjunto dos traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade e um grupo social. Ela engloba, além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. (UNESCO, 1982a)

Ao definir o que é cultura, a Unesco afirmou, em seguida, os princípios que deveriam reger as políticas culturais. Entre os mais importantes para este estudo, destaca-se o princípio da identidade cultural, entendida como “uma riqueza que dinamiza as possibilidades de realização da espécie humana” (UNESCO, 1982a). Isto é, “a identidade cultural de um povo se renova e enriquece em contato com as tradições e valores dos demais”. É a partir dessa noção de identidade, em que o universal é necessariamente a contribuição de todas as culturas, que a Unesco afirma o segundo princípio, a dimensão cultural do desenvolvimento.

Em vez da ênfase apenas nos termos quantitativos do crescimento, a Unesco (1982a) propõe que os países busquem também a dimensão qualitativa, ou seja, que o crescimento leve à “satisfação das aspirações espirituais e culturais do homem”. O desenvolvimento, nesse sentido, “supõe a capacidade de cada indivíduo e de cada povo de informar-se e aprender a comunicar suas experiências”. Assim, “o homem é o princípio e o fim do desenvolvimento”,

13 Esses estudos foram realizados de 1969 até 1987, totalizando 74 estudos de caso, com a última edição da série dedicada às políticas culturais da Hungria. Entre os países sul-americanos, foram elaborados estudos sobre Argentina, Bolívia, Colômbia, Equador, Guiana e Peru.

14 O estudo de Vera Cíntia Álvarez (2008) retoma o histórico dessas disputas em torno do cinema e depois do audiovisual, em que a França e os Estados Unidos foram os maiores protagonistas. A ideia de que a cultura é apenas mais um item comercializável, defendida pelos Estados Unidos, encontrou resistência por parte da França, Canadá e muitos outros países. Foi entre a Rodada do Uruguai e a conclusão da OMC que o termo exceção cultural passou a ser largamente empregado nos documentos e discursos das políticas culturais.

isto é, as políticas econômicas e culturais deveriam buscar o equilíbrio para que os indivíduos pudessem realizar um melhor destino.

O terceiro princípio diz respeito à relação entre democracia e cultura, ao reconhecer que a dimensão cultural do desenvolvimento “supõe a mais ampla participação do indivíduo e da sociedade no processo de criação de bens culturais, na tomada de decisões que concernem à vida cultural e na sua difusão e fruição” (UNESCO, 1982a). O mesmo pode ser dito quando se olha para a dimensão internacional. Para a Unesco – este é o quarto princípio –, os países devem buscar a cooperação internacional para reequilibrar o intercâmbio “a fim de que as culturas menos conhecidas, em particular as de alguns países em vias de desenvolvimento, sejam mais amplamente difundidas em todos os países”.

Um dos resultados diretos do Conferência de 1982 foi o lançamento da campanha “A década mundial para o desenvolvimento cultural”, entre 1988 e 1997, proclamada pela Assembleia das Nações Unidas e sediada pela Unesco. De acordo com o diretor geral, Frederico Mayor, a “cultura deveria ser considerada como uma fonte de inspiração para o desenvolvimento e, em troca, o desenvolvimento deveria atribuir à cultura um papel central como regulador social” (UNESCO, 1988, p. 5). Se essa relação for habilmente gerenciada, seria possível fortalecer as identidades criativas, criar oportunidades, estimular a diferenciação e não a padronização das culturas.

O segundo passo estratégico da Unesco foi dado no sentido de aprimorar os vínculos entre cultura e desenvolvimento. Isso ocorreu primeiramente com a criação da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento, cujos resultados foram apresentados no relatório *Our creative diversity*, publicado em 1995. O ponto fundamental destacado pelo presidente da Comissão, Javier Pérez de Cuéllar, é que a “reconceituação do desenvolvimento deveria incorporar as perspectivas culturais”, uma vez que, na definição de desenvolvimento humano proposta pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) em 1990, a cultura aparecia apenas de maneira implícita.

O vínculo fundamental entre cultura e desenvolvimento seria alcançado a partir de uma abordagem antropológica da cultura. Nessa perspectiva, a cultura não seria somente uma ferramenta para alcançar certas quantidades de desenvolvimento, mas precisaria ser entendida como o sentido do próprio desenvolvimento. Ao conceber a cultura e a economia integradas ao modo de vida dos povos, a Unesco chama atenção para os múltiplos caminhos que podem levar ao desenvolvimento, e mesmo a suas diversas camadas. Nessa perspectiva, o crescimento econômico seria incompatível com a ausência de liberdades, de oportunidades e do exercício da criatividade.

O diferencial desse relatório da Unesco em relação aos anteriores foi propor uma aproximação entre diversidade biológica e diversidade cultural. Apesar da polissemia do termo cultura, a analogia permitia expressar as preocupações anunciadas pela entropia causada com a globalização dos mercados, a internacionalização do consumo e o desenvolvimento dos sistemas digitais de informação e comunicação. Ao contrário de uma suposta homogeneização,

o que se tornava evidente para a Unesco era a diversidade de culturas e formas de expressões, trazidas à tona justamente com o processo de autonomização dos países ao longo das últimas décadas, especialmente com a amencipação dos Estados nacionais no Oriente Médio e na África e com o fim da Guerra Fria.

A diversidade cultural, na perspectiva da Unesco, é vista, portanto, como a fonte da própria criatividade das pessoas e das sociedades. Por isso, não só a criatividade artística dependeria das múltiplas de visões de mundo, mas também a imaginação criadora da indústria, dos negócios, da inovação e da educação estariam vinculadas à diversidade. É interessante notar, contudo, que a noção de diversidade cultural é cada vez mais uma espécie de versão reduzida do conceito antropológico de cultura proposto pela Mondiacult. Como aponta Joost Smiers (2004, p. 111): “a diversidade cultural não diz respeito a todos os aspectos da vida social, mas às variadas formas de expressões artísticas e comunicacionais”.

Uma vez definida a noção ampla de cultura (UNESCO, 1982a) e estabelecida as relações entre diversidade cultural e desenvolvimento (PNUD, 1990; UNESCO, 1996) a Unesco buscou relacionar as políticas culturais como um dos instrumentos-chave. Para isso, realizou-se a Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento, em 1998, na cidade de Estocolmo, a qual contou com ampla participação dos governos, da sociedade civil e de representantes do setor empresarial.

De acordo com o relatório final, o vínculo entre as políticas culturais com os processos de desenvolvimento poderia ocorrer por meio do desenho de ações e programas que favorecessem o desenvolvimento endógeno e sustentável. Outra possibilidade seria propor uma integração entre políticas culturais e políticas de desenvolvimento geral ou mesmo implementar uma abordagem ampla de política cultural em nível nacional e criar mecanismos de participação civil. No terceiro objetivo da Conferência, dedicado às políticas de salvaguarda do patrimônio material e imaterial e à promoção das indústrias culturais, recomenda-se que os Estados reforcem a ideia de que os bens e serviços culturais não são apenas mercadoria, devendo-se intensificar a cooperação entre os governos, o setor empresarial e as organizações do campo da cultura para promover uma estrutura regulatória adequada.

Os passos seguintes e decisivos para a criação de um conjunto de diretrizes internacionais para o exercício das políticas culturais com perspectivas de articulação mais direta com o desenvolvimento econômico e cultural vieram, inicialmente, com a aprovação da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, em 2001, e, depois, com o estabelecimento da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, aprovada em 2005. Também é nesse momento que ocorre a institucionalização das indústrias culturais como escopo das políticas culturais no âmbito da Unesco.

A Declaração da Diversidade Cultural, nos artigos oito, nove e dez, chamou atenção ao fato de que as mudanças econômicas e tecnológicas criaram amplas perspectivas para criação e inovação no campo das indústrias culturais. Entretanto, assim como outros documentos, apontou a necessidade de se considerar o caráter especial desses bens e serviços, uma vez

que são portadores de valores identitários, estéticos, históricos e simbólicos. Assim, as políticas culturais “devem criar condições propícias para a produção e a difusão de bens e serviços culturais diversificados, através de indústrias culturais que disponham de meios para se desenvolverem aos níveis local e mundial” (UNESCO, 2001). Para tanto, recomenda-se que haja “cooperação e solidariedade internacionais destinadas a permitir que todos os países, em particular os países em vias de desenvolvimento, estabeleçam indústrias culturais viáveis e competitivas nos planos nacional e internacional” (UNESCO, 2001).

No entanto, cooperação e solidariedade não são necessariamente os principais interesses que movem as empresas e países exportadores de produtos e serviços culturais. O que orienta as escolhas desses agentes é a busca por aumento de receitas, expansão dos negócios e controle cada vez maior dos mercados. Não é por outra razão que um dos objetivos da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais foi o de estabelecer um conjunto de diretrizes que garantissem a implementação de políticas públicas com algum grau de autonomia em relação às regras do sistema multilateral de comércio da OMC.

A Convenção foi aprovada e em pouco tempo cerca de 148 países¹⁵ retificaram o texto, o qual está estruturado em dois tópicos: a proteção e a promoção das expressões culturais. O termo proteção está relacionado aos aspectos da diversidade e das expressões artísticas e culturais que o país e a sociedade desejam proteger, o que justificaria a aplicação de cotas, restrições, subvenções e subsídios por meio das políticas públicas de cultura. De forma complementar, o termo promoção está atrelado ao sentido de cultura como mercadoria e como espaço de inovação, por isso se refere às diversas atividades das indústrias culturais. O papel do Estado, nesse caso, é fazer a regulamentação e oferecer subsídios ao setor a fim de fortalecer os produtores para que ampliem a sua participação no mercado interno e alcancem os mercados internacionais (ÁLVAREZ, 2008). Em suma, os dois termos refletem o paradoxo da globalização, no qual ao mesmo tempo que se promove os intercâmbios e a comunicação entre as pessoas, a própria diversidade cultural precisa ser protegida dos excessos e desequilíbrios entre países e regiões.

A principal diferença em relação aos demais documentos produzidos pela Unesco é que a Convenção tem caráter normativo, o que traz garantias jurídicas aos países na implementação de políticas para as indústrias culturais. Isso não significa que os países deixarão de cumprir acordos firmados com outros órgãos multilaterais. Ao contrário, pois, ao trazer a diversidade das expressões culturais para o centro das questões comerciais e do desenvolvimento, a Convenção buscou uma complementariedade com as regras do comércio internacional da OMC. O artigo 16 da Convenção, por exemplo, fala da necessidade de tratamento especial aos países em desenvolvimento, o que significa tanto a possibilidade de implementar

15 Atualmente a Convenção está retificada por 146 países.

políticas para o setor cultural – audiovisual, livros, imprensa e radiodifusão – como uma preparação para futuras aberturas comerciais.

Em certo sentido, a Convenção condensa o processo de disputas regulatórias em torno da produção cultural a partir de 1945. Por isso, a redação final do documento evidencia as diversas intenções comerciais em torno da cultura, as disputas por liberalização e privatização do setor cultural e a internacionalização da produção e do consumo de bens e serviços culturais. No entanto, a Convenção criou um marco regulatório inédito para que os países pudessem viabilizar o interesse público e plenamente cultural de suas ações. Pela primeira vez os países em desenvolvimento teriam alguma garantia para propor programas mais audaciosos relativos à integração do mercado regional de bens e serviços culturais e incentivar um maior fluxo de informações entre os países. Tanto é que, em 2008, dez países sul-americanos assinaram a Declaração de Integração Cultural do Mercosul, na qual reafirmaram a adesão aos princípios da Convenção.

Como mostra Vera Cíntia Álvarez (2008), a Convenção foi uma saída diplomática para resolver parcialmente a histórica recusa dos acordos comerciais do Gatt e da OMC para fornecer um tratamento diferenciado aos produtos de natureza cultural. A intensificação dessa disputa explicaria por que o termo cultura, no sentido antropológico, foi reduzido ao termo diversidade cultural e, depois, mais delimitado com os termos “proteção” e “promoção” das expressões culturais. São mudanças que mostram justamente como os discursos das políticas culturais são elaborados nas interações entre os grupos sociais e as instituições. Assim, não é por coincidência que essas adaptações do conceito de cultura apresentem similaridades com o que foi verificado na passagem do termo “indústrias culturais” para os termos “indústrias criativas” e “economia criativa”, estudada no primeiro capítulo.

Embora a Unesco não tenha explicitado as mudanças de escopo e a função das políticas culturais em andamento, as garantias jurídicas alcançadas com a Convenção foram propícias para que as abordagens trazidas pelas experiências da Austrália e Reino Unido ganhassem adesão praticamente global e iniciassem uma nova ampliação das atividades abarcadas pela política cultural internacional. A partir desse momento, as indústrias culturais passaram a ser consideradas como um subsetor das indústrias criativas, sendo estas, por sua vez, entendidas como o núcleo da economia criativa. Sem dúvida, os maiores atrativos desse novo discurso foram os possíveis benefícios que a criatividade dos indivíduos e dos grupos trariam para as sociedades, tanto em termos econômicos como em ganhos culturais, simbólicos, identitários e de autorrealização.

Logo depois da aprovação da Convenção, não foi a Unesco, mas a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) que publicaram o primeiro relatório global dedicado à economia criativa, em 2008. Com isso, encerrava-se a fase na qual a Unesco havia sido o principal fórum de discussão sobre o tema cultura e desenvolvimento. Outras instituições do

sistema das Nações Unidas – o British Council, o Banco Mundial, o Banco Interamericano de Desenvolvimento, a Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) e o Mercosul – passaram a atuar em diversos níveis a fim de mostrar que seria a criatividade, e não necessariamente a cultura, que conduziria ao desenvolvimento econômico e sustentável. Ao menos durante a primeira década do século XXI, a criatividade será o discurso mais propagado na política cultura internacional.

A seguir serão estudadas algumas características do discurso em torno do par criatividade e desenvolvimento e sua relação possível com as políticas culturais.

2.3.2 Criatividade e desenvolvimento

■ ■ ■

A presença do discurso da criatividade e desenvolvimento não é uma novidade na política cultural internacional. O título do relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento, *Nossa diversidade criativa*, pode ser lido como uma mensagem positiva na qual as expressões culturais não são incompatíveis com a busca por crescimento econômico e democracia. Ao contrário, pois os processos de transformação e inovação contínuos das sociedades, portanto criativos, são anteriores ao que historicamente é chamado de desenvolvimento. Contudo, a novidade que se quer ressaltar nesta seção é a predominância de uma versão específica do discurso da criatividade como uma oportunidade para os países ampliarem suas perspectivas de desenvolvimento econômico.

A versão mais consistente e popularizada desse discurso é expressa pelos termos indústrias criativas e economia criativa. Como foi visto no primeiro capítulo, existe uma profusão de entendimentos sobre esses termos, contudo, as versões elaboradas nos ambientes políticos e acadêmicos da Austrália e do Reino Unido terão uma predominância na política cultural internacional. Essa adesão à economia criativa por parte das instituições multilaterais não significou um abandono do escopo das políticas culturais até então construído, mas não se pode dizer que as expectativas em torno da execução de políticas local, nacional e regional continuaram as mesmas.

Foi a partir da XI Conferência da Unctad, sediada na cidade de São Paulo, em 2004, que a economia e as indústrias criativas entraram definitivamente na agenda internacional de economia e desenvolvimento. A partir desse encontro, a Unctad e o Pnud, em associação com outras instituições das Nações Unidas, publicaram dois relatórios fundamentais sobre o tema. Em linhas gerais, o primeiro *Relatório de economia criativa: o desafio de avaliar a economia criativa em direção à criação de políticas*, publicado em 2008, expressou uma perspectiva otimista, com a expansão da economia mundial e as tecnologias de informação e comunicação digitais nos primeiros cinco anos do século XXI. Diferentemente, o segundo *Relatório de*

economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável, publicado em 2010, trouxe em seu texto as preocupações com a redução do comércio em função da crise financeira global de 2008. Ambos os relatórios foram coordenados por Edna dos Santos Duisenberg.

Esses dois primeiros relatórios apresentam uma organização similar, sendo divididos em cinco partes, compreendendo uma revisão da literatura sobre a economia criativa e reflexões sobre novos conceitos, apresentação da metodologia de mensuração e análise da economia criativa, discussão sobre lugar dos produtos e serviços criativos no comércio internacional, estudo sobre o papel da tecnologia e da propriedade intelectual e, por último, um relato sobre as ações realizadas pelas instituições multilaterais para promover a economia criativa e o desenvolvimento. Trata-se, acima de tudo, de um esforço inédito para apresentar evidências de que uma abordagem do desenvolvimento a partir da economia criativa traria contribuições efetivas para ao menos seis dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs).

A saber, os ODMs foram adotados na resolução 55/2 da Assembleia Geral das Nações Unidas em 2000 e expressam o compromisso da comunidade internacional com a agenda de desenvolvimento global. De acordo com os relatórios, a economia criativa poderia contribuir diretamente com seis objetivos, sendo eles a erradicação da pobreza e a redução da desigualdade, a igualdade entre os gêneros, as estratégias de desenvolvimento sustentável, as parcerias globais para o desenvolvimento, as estratégias para a inclusão social da juventude e a disseminação do acesso a novas comunicações (UNCTAD, 2008, p. 33-35).

Como a intenção da Unctad era mostrar a viabilidade da economia criativa para o maior número de países, buscou-se uma espécie de síntese das experiências nacionais, uma revisão dos modelos de classificação e um certo equilíbrio entre valores econômicos e culturais. Essa busca ficou mais evidente com a publicação, em 2013, da terceira edição do *Relatório de economia criativa: ampliando os caminhos do desenvolvimento local*, dessa vez fruto da parceria entre a Unesco e o Pnud. Em conjunto, os relatórios oferecem uma visão geral e relativamente consensual sobre as diversas contribuições da criatividade para o desenvolvimento econômico e cultural. Antes de entrarmos em maiores detalhes sobre as características desse novo discurso, é oportuno pontuar algumas diferenças entre os três relatórios.

A primeira diferença é o contexto em que foram produzidos, isto é, antes e depois da crise financeira de 2008, considerada a maior crise desde 1929. Tanto é que o relatório de 2013 considerou que os ODMs dificilmente seriam alcançados até 2015. A alternativa seria apostar na renovação do compromisso internacional e incluir a criatividade e a cultura entre os objetivos e as metas do desenvolvimento sustentável da nova agenda, algo que não havia sido feito com os ODMs. A segunda diferença que distingue esses três documentos foi a ênfase na dimensão internacional dos relatórios de 2008 e 2010, sendo, portanto, mais empenhados em abarcar as grandes questões do comércio de produtos e serviços criativos, e a tentativa de olhar mais localmente com o relatório de 2013, na busca por indicadores qualitativos do desenvolvimento. A terceira e última diferença é que o relatório de 2013 fez

uma avaliação crítica da economia e das indústrias criativas, pontuando os seus limites e a necessidade de reconhecer que “o valor da cultura para o desenvolvimento humano transcende as análises econômicas” (UNESCO, 2013, p. 39).

Apesar disso, os três relatórios convergem para um ponto em comum: a criatividade individual ou coletiva pode trazer diversos benefícios, desde que sejam elaboradas políticas públicas a partir de dados, mensurações e análises. A partir dessa ideia, a busca por evidências da relação entre criatividade e desenvolvimento norteará os principais esforços dos estudos de 2008, 2010 e 2013, pois era necessário, e ainda é, mostrar aos governos a verdadeira contribuição da economia criativa. Assim, a primeira característica do discurso sobre criatividade e desenvolvimento reside nas mensurações do comércio internacional de produtos e serviços criativos.

De acordo com os dois primeiros relatórios, entre 2002 e 2008, a taxa de crescimento das indústrias criativas foi de 14,4%, totalizando, em 2008, o valor de 592 bilhões de dólares. Nesse mesmo ano, os países em desenvolvimento foram responsáveis por 43% das exportações de produtos criativos e 11% das exportações de serviços criativos. Entre os países em desenvolvimento, as exportações dobraram entre 2002 e 2008 e o comércio entre os países do sul global atingiu uma receita de quase 60 bilhões de dólares em 2008, triplicando em seis anos (UNCTAD, 2008, 2010).

Contudo, os índices de crescimento do grupo de países em desenvolvimento no comércio internacional de produtos e serviços criativos precisariam ser vistos em mais detalhes e com algumas ressalvas. Os relatórios mostraram que 83% das exportações de serviços criativos, que são os mais rentáveis no atual estágio econômico, foram realizadas pelos países desenvolvidos. A tabela reproduzida na Figura 2 mostra a relação dos vinte maiores exportadores de produtos criativos do mundo entre 2002 e 2008.

Posição		Valor (em milhões de \$)		Posição	Participação de mercado %	Taxa de crescimento %
2008	Exportador	2008	2002	2002	2008	2003-2008
1	China	84.807	32.348	1	20,8	16,9
2	Estados Unidos	35.000	18.557	3	8,6	13,3
3	Alemanha	34.408	15.213	6	8,5	14,7
4	China, Hong Kong RAE	33.254	23.667	2	8,2	6,3
5	Itália	27.792	16.517	4	6,8	9,7
6	Reino Unido	19.898	13.657	7	4,9	6,5
7	França	17.271	8.999	9	4,2	10,2
8	Holanda	10.527	3.686	15	2,6	11,6
9	Sulça	9.916	5.141	11	2,4	13,5
10	Índia	9.450	..	-	2,3	15,7
11	Bélgica	9.220	5.387	10	2,3	6,7
12	Canadá	9.215	9.327	8	2,3	-0,9
13	Japão	6.988	3.976	13	1,7	14,7
14	Áustria	6.313	3.603	16	1,6	8,5
15	Espanha	6.287	4.507	12	1,5	4,9
16	Turquia	5.369	2.154	23	1,3	15
17	Polónia	5.250	1.983	24	1,3	14,9
18	México	5.167	3.797	14	1,3	9,1
19	Tailândia	5.077	2.899	18	1,2	10,3
20	Cingapura	5.047	2.619	21	1,2	6

Figura 2

Relação dos vinte maiores exportadores mundiais de produtos criativos

Fonte: Unctad (2010), com base em dados oficiais do COMTRADE (ONU)

A presença de países em desenvolvimento, como a China, Índia, Turquia, México Tailândia e Cingapura, entre os maiores exportadores de produtos criativos é considerada uma das evidências de que a economia criativa seria uma opção real para o desenvolvimento (UNCTAD, 2010, p. 132). Visto por esse ângulo, é possível imaginar, inclusive, algum equilíbrio nos fluxos internacionais de produtos criativos. No entanto, os relatórios apontam que nove dos dez países em desenvolvimento com maiores níveis de exportação estão na região da Ásia. Entre os países latino-americanos, apenas o México aparece entre os dez países em desenvolvimento como maiores níveis de exportação e na relação dos vinte maiores exportadores mundiais. Em geral, os países da América Latina e do Caribe têm índices baixos de exportação.

Ainda em números gerais, é interessante verificar se em pesquisas mais recentes e com outras metodologias de classificação e medição essa tendência se mantém. No primeiro Mapa Global das Indústrias Criativas e Culturais (EY, 2015), encomendado pela Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores (Cisac) e executado pela empresa de consultoria Ernst & Young (EY), nota-se que o crescimento do setor das indústrias criativas manteve-se em níveis elevados apesar da crise financeira de 2008. Em valores totais, as indústrias criativas e culturais geraram uma receita de 2,2 trilhões de dólares, número superior ao faturamento dos serviços de telecomunicações e até mesmo ao PIB da Índia, conforme o quadro da Figura 3.

	Receitas em 2013 (USD bilhões)	Emprego (2013)
ICC	2.250	29,5 milhões
Indústrias	Serviços de telecomunicações 1.570	Indústria automóvel na Europa, EUA. e Japão em conjunto 25 milhões
Países	PIB da Índia 1.900	Mão de obra na Coreia do Sul 26,6 milhões

Figura 3

Receitas e empregos totais nas Indústrias Criativas e Culturais

Fonte: EY (2015)

No gráfico seguinte, a divisão por regiões mostra de outra maneira onde estão os grandes polos de produção de produtos e de serviços criativos. Como o relatório da Unctad (2010, p. 136) havia sugerido, a tendência de domínio da Ásia se confirma, ao sair da segunda para ocupar a primeira posição em 2013. A região integrada pela América Latina e Caribe, por sua vez, ocupa a quarta posição, com uma receita de 124 bilhões de dólares e 1,9 milhão de empregos gerados. Em números totais, essa posição é a mesma identificada pelo relatório da Unctad de 2010, com dados estatísticos de 2002 e 2008.

Potência no Norte : **O peso das ICC nas 5 grandes regiões

Figura 4

Mapa global das Indústrias Criativas e Culturais

Fonte: EY (2015)

Apesar das disparidades entre as regiões, o Mapa Global das Indústrias Criativas e Culturais (2015) sugere que há uma relação positiva entre as indústrias criativas e a geração de receitas e empregos, como os estudos da Unctad vêm tentando demonstrar, mas ainda não é possível visualizar vínculos mais estreitos entre criatividade e desenvolvimento sustentável. É preciso considerar ainda as distorções trazidas pelas metodologias de mensuração nesse nível de análise. Para ilustrar essa questão, veja-se o caso da China, cuja presença no grupo dos países em desenvolvimento ou no grupo de países do sul global fez com que a taxa de exportação de produtos criativos chegasse a 43%. Na realidade, somente a China exportou 20% dos produtos criativos em 2008 (UNCTAD, 2010, p. 127).

A segunda característica do discurso da criatividade e desenvolvimento está na busca por evidências em nível local, como o terceiro relatório procurou mostrar. Nesse caso, as cidades e as regiões são consideradas pela Unesco (2013, p. 33) e Pnud como lugares privilegiados onde os potenciais da economia criativa poderiam ser aproveitados, uma vez que “os entornos urbanos individuais constituíram sistemas de transações internos que estão integrados em um sistema mais amplo de transações globais, em uma rede de relações que são complementares e competitivas”. No capítulo 5, por exemplo, o relatório apontou os fatores fundamentais para o desenvolvimento das capacidades criativas locais, tais como o financiamento, os agentes e intermediários, os problemas das distâncias em algumas regiões, a propriedade intelectual e direito de autor, entre outros. Além disso, foram apresentadas dezenas de estudos de caso que comprovam “os diversos modos em que as indústrias culturais e criativas contribuem para o crescimento das economias locais e regionais, assim como para o bem-estar geral da população local” (UNESCO, 2013, p. 123).

Um aspecto interessante do relatório de 2013 é que o estudo dos arranjos criativos locais, das iniciativas comunitárias e dos indivíduos tem estimulado outros sentidos para o termo *indústria*. Evidentemente, nesse nível de análise, as ideias de padronização e escalonamento da produção não descrevem todas as atividades abarcadas pelo termo indústrias criativas. Por isso, o sentido de indústria precisaria ser buscado em outro campo semântico, e não permanecer fixo à ideia da grande companhia. Um caminho possível para denominar a ação criativa em nível local é retomar os sentidos de “diligência”, “atividade” e “zelo”, presentes no termo latim *industria*. Um complemento pode ser buscado no sentido do termo francês *industrie*, usado no final do século XV, que significa “inteligência” e “habilidade”, ou, como propõe Pierre Musso (2020, p. 215), “Independentemente de suas variações de significado ao longo da história, a indústria designa a capacidade de realizar o gênio ou o fôlego interior”. Com isso, o termo indústrias criativas poderia descrever mais adequadamente as atividades artesanais e reproduzidas em pequena escala.

Retomando, a terceira característica é a busca por metodologias de mensuração e modelos de classificação das indústrias criativas, as quais são entendidas como núcleo verdadeiramente mensurável da economia criativa. A Unctad (2010, p. 106) fez uma revisão dos modelos de estatísticas para o comércio internacional de produtos e serviços criativos e propôs um modelo próprio para fazer as medições. O relatório da Unesco (2013, p. 22), por sua vez, retomou os modelos de classificação mais conhecidos e apontou a necessidade de considerar os contextos em que as atividades criativas ocorrem, bem como a questão da informalidade, que é central nas indústrias criativas. Além disso, a Unesco apresentou uma série de indicadores a partir de três grandes grupos: recursos, capacidades e resultados econômicos, sociais, culturais e ambientais. Em conjunto ou de forma individual, esses indicadores podem ter “um papel no desenvolvimento sustentável e iniciar uma transformação benéfica da comunidade e da economia local” (UNESCO, 2010, p. 123).

Em geral, os três relatórios tiveram ampla aceitação por parte dos formuladores de políticas culturais nacionais, pela academia e pelos produtores. No caso da América Latina, apesar dos números pouco expressivos do ponto de vista do comércio internacional, é destacado o interesse crescente de alguns governos da região em conhecer e se apropriar dos conceitos e metodologias disponíveis para impulsionar a economia criativa. Entre as possíveis explicações para isso, estariam não só os conhecimentos trazidos pelos relatórios, mas as garantias estabelecidas com a Convenção e o trabalho de disseminação de estudos de natureza acadêmica, bem como as pesquisas feitas por instituições como o Mercosul, o Convênio Andrés Bello, a OEA, a OEI, o BID, entre outros.

Ainda de acordo com os relatórios, a região da América Latina produz cada vez mais dados e estatísticas sobre a economia criativa da região, indicando que os países estão implementando as suas contas-satélites de cultura, o que permitirá o desenho de modelos mais sofisticados de desenvolvimento da economia criativa (UNCTAD, 2010, p. 53). Contudo, os relatórios apontam que alguns governos e instituições mantêm ainda uma postura de resistência ao conceito

de economia criativa, sobretudo por enfatizar os direitos de propriedade intelectual (DPIs). Essa resistência explicaria, por exemplo, a predominância de uma perspectiva cultural e não econômica das políticas culturais regionais, ao menos em alguns países.

Esse ponto é especialmente importante porque nos permite situar essa suposta resistência à economia criativa como o reflexo de um processo mais amplo, o que pode ser considerado a quarta característica do discurso de criatividade e desenvolvimento. Esse processo se refere ao alargamento do escopo das políticas culturais com a adoção dos conceitos de indústrias criativas e economia criativa. Do ponto de vista operacional, é inegável que o alcance da atuação do Estado por meio das políticas públicas de cultura é insuficiente para abranger as áreas e dimensões da economia criativa. Em certos momentos, inclusive, tem-se a impressão de que a política implícita defendida pelos relatórios da Unctad e Unesco é de desenvolvimento global, o que significaria repensar todos os níveis da administração pública e mudar a lógica vigente do capitalismo. A ideia de uma “abordagem holística” do desenvolvimento recorrentemente defendida nos relatórios corrobora essa suposição.

O problema de uma generalização, além de sua imprecisão, é a desconfiança que ela pode causar. Ora, na maior parte dos países latino-americanos só recentemente chegou-se a implementar uma política pública de cultura. Esse foi o caso do Brasil. Segundo Lia Calabre (2007, p. 10), “os primeiros quatro anos de gestão do Ministro Gilberto Gil [isto é, entre 2002 e 2006] foram de construção real de um Ministério da Cultura”. Portanto, outra explicação para essa resistência à economia criativa pode ser encontrada nesse descompasso entre ideias e a realidade, como notou o crítico e ensaísta Roberto Schwarz (2009) a respeito de outros processos sociais de formação do Brasil¹⁶. No entanto, deve-se acrescentar que, passada uma década, em praticamente todos os estados brasileiros existe uma secretaria ou partição pública dedicada à economia criativa.

Um outro problema desse alargamento do escopo das políticas culturais, e talvez ainda mais importante, é o risco de ser inviável como ação de política pública. Ao contrário das políticas voltadas ao campo das artes e da cultura, que ao longo das últimas décadas constituíram um lugar institucional mais ou menos estável, as políticas para a criatividade precisam ser necessariamente transversais e interministeriais (UNESCO, 2010, p. 256). Isso significa não só desafios políticos de convencimento dos demais ministérios e secretarias em criar um plano integrado, mas também desafios em lidar com as disputas comerciais, sobretudo em áreas com maior potencial de geração de receitas e empregos. Nesse último caso, alguns subsetores como os de audiovisual, jogos eletrônicos, livros, *design* e música precisam lidar diretamente com o poder das empresas globais de produção de conteúdo e distribuição.

16 Schwarz (2009) constata a adesão às ideias liberais, com a inserção de trechos da Declaração dos Direitos do Homem na Constituição brasileira de 1824, ao mesmo tempo que se mantinha o sistema da escravidão, isto é, ignorando a liberdade do trabalho e a igualdade perante a lei.

Portanto, o discurso sobre criatividade e desenvolvimento pode ser caracterizado por ter uma abrangência internacional, por se constituir em nível local, logo, vinculado aos pequenos e médios produtores, pelo estabelecimento de métodos e modelos de análise constantes das suas relações e impactos e, finalmente, por ser suficientemente amplo a ponto de ser confundido, em alguns casos, com as políticas econômica, de desenvolvimento e de bem-estar. Inclusive, a tendência da economia criativa de ser entendida como um sistema total de inovação foi assinalada no primeiro capítulo deste estudo.

Por um lado, essas características têm despertado o interesse dos formuladores de políticas e dos produtores culturais. Em 2010, a Comissão Europeia publicou o *Green paper: unlocking the potential of cultural and creative industries*, no qual informou aos países do bloco sobre o papel que as indústrias criativas e culturais poderiam desempenhar para as estratégias do programa Europa 2020. Na América Latina, o BID vem realizando uma série de publicações e estudos para mostrar “as oportunidades infinitas” da *economia laranja*, referindo-se à economia criativa. Ainda na região, desde 2014 o Mercosul realiza o maior encontro de pequenos e médios produtores, com o Mercado das Indústrias Culturais do Sul (Micsul). Além disso, muitos países criaram as suas versões nacionais desses encontros, como o Mica, da Argentina, o CHEC, do Chile, o Crea + Py, do Paraguai, entre outros.

No entanto, essas mesmas características parecem dificultar a inserção das indústrias criativas e culturais dentro das perspectivas de mudanças sociais mais ambiciosas, como é o caso dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODSs) da ONU. Alguns estudiosos (KOVÁCS, 2020; O’CONNOR, 2016) destacaram a ausência das palavras cultura e criatividade nos dezessete objetivos da agenda internacional para o desenvolvimento sustentável. Para outros (BALTA; PASCUAL, 2020), no entanto, a relação da cultura e da criatividade com os ODSs é real e suas principais evidências podem ser encontradas em nível local. Assim, embora os termos não sejam mencionados explicitamente, cultura e criatividade estariam lá, bastando apenas que se faça um esforço para identificá-las.

Esse argumento não é de todo exagerado. Em uma pesquisa em andamento, coordenada pelo Observatório de Políticas de Comunicação e Cultura da Universidade do Minho, na qual participo como representante do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (Celacc), entre julho e agosto de 2020 foram mapeados 1569 projetos culturais, em 24 estados brasileiros, incluindo o Distrito Federal, em que se identificam as contribuições para os ODSs. Essa pesquisa será ampliada para os outros países sul-americanos, o que poderá apresentar uma amostra significativa dos vínculos entre cultura e os ODSs sob o ponto de vista dos produtores¹⁷.

17 A continuidade desse trabalho de mapeamento pode ser acompanhada pelo site: <http://polobs.pt/>. Acesso em: jan. 2021.

Não obstante as diferentes leituras sobre a menção ou não dos termos “cultura e criatividade” nos ODSs, o estudo das características dos discursos sobre cultura e desenvolvimento, entre os anos 1970 e 1990, e criatividade e desenvolvimento, entre princípios de 2000 e 2015, permite-nos sugerir que a ampliação da abrangência das políticas culturais pode indicar uma colisão ainda mais intensa com as regras do comércio internacional. No entanto, a ampliação do escopo pode ser uma estratégia viável para incrementar a sua institucionalidade, desde que o comprometimento com a geração de renda e empregos, com a participação no PIB, com a inovação, com a coesão social, com a preservação ambiental e com a qualidade de vida não passe a mensagem de que as políticas culturais não precisam de regulação e de suporte estatal. Essa é uma fronteira tênue, que às vezes é propositadamente esquecida. É necessário considerar que os bens e serviços culturais são recursos especiais.

No tópico seguinte estudaremos os modelos de desenvolvimento propostos pela Unctad e Unesco; com isso será possível ampliar as discussões sobre as quatro características do discurso sobre criatividade e desenvolvimento abordadas nesta seção. Espera-se compreender melhor quais são as possibilidades e os desafios para as políticas públicas e, principalmente, para os pequenos e médios produtores culturais.

2.3.3 Modelos de desenvolvimento

■ ■ ■

Quando se fala em modelo de desenvolvimento, a questão imediata que se coloca é saber de qual modelo estamos tratando. No caso da economia e indústrias criativas, determinar o modelo de desenvolvimento é mais complicado ainda, pois não existe necessariamente uma abordagem global que sirva para todos os países. Nesse sentido, uma das constatações dos relatórios da Unctad é a de que se considerem sempre as características contextuais de cada país ou região. Embora os estudos realizados desde os anos 1990 tenham comprovado que a economia e as indústrias criativas existem, a sua aparência final é extremamente variada, quando não desconhecida, uma vez que muitos países não possuem as condições necessárias para mensurar o setor.

Apesar dessa dificuldade, os dois relatórios da Unctad sobre economia criativa, de 2008 e 2010, e o relatório da Unesco de 2013 apontam alguns modelos de classificação, metodologias de mensuração e indicadores que podem auxiliar na elaboração de programas e planos mais assertivos para países e regiões, logo, na construção de modelos de desenvolvimento com características locais. Uma etapa importante desse processo de construção de instrumentos e metodologias se deu com a publicação pela Unesco (2009) da nova versão do quadro de estatísticas culturais. Esse quadro tem o objetivo de ser uma referência internacional e está

estruturado a partir de cinco processos do ciclo de produção cultural: criação, produção, disseminação, exposição/recepção/transmissão e consumo/participação (Figura 5).

Figura 5

Marco de Estatísticas
Culturais da Unesco

Fonte: UNESCO (2009)

Com o foco em seis domínios de atividades culturais e criativas, o quadro de estatísticas culturais da Unesco possibilita a medição no nível do comércio internacional de produtos e serviços. Uma das principais vantagens em relação aos outros modelos de classificação discutidos no relatório da Unctad (2010, p. 110) é a possibilidade de captar os valores ausentes relativos aos direitos de propriedade intelectual, algo que só era possível com o modelo usado pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (Ompi). Mesmo assim, esse é um tema extremamente difícil, uma vez que boa parte das relações de trabalho nas indústrias criativas é informal e os produtos finais da cadeia de produção tendem a ser digitais.

Outra contribuição para representar as dinâmicas das indústrias criativas e culturais foi a proposta do Modelo de Círculos Concêntricos (THROSBY, 2010), referido pela Unesco no relatório de 2013. No primeiro capítulo foi apresentado esse modelo, mas é oportuno reproduzir a versão da Unesco (2013), agora com centralidade na diversidade das expressões culturais (Figura 6).

Figura 6

Modelando as indústrias criativas e culturais: modelo de círculos concêntricos

Fonte: Unesco (2013)

Essa representação dos processos de produção cultural, não por meio da cadeia de valor, mas pelos círculos concêntricos, permite que se visualize como as atividades criativas podem se espalhar pelas camadas onde os produtos finais não são necessariamente culturais. Sem dúvida, em termos práticos, o modelo de círculos concêntricos não traz novidades para medir o fluxo do comércio, mas oferece um ótimo argumento em favor das políticas públicas para o setor, ao mostrar que o estímulo de práticas artísticas pode ajudar na formação de profissionais para atuar no rádio, produzir jogos, fazer *design* de produtos, entre outras possibilidades. Mas não só isso, pois ele permite o exercício imaginativo de como as políticas de regulação nos setores industriais podem favorecer a produção endógena.

Nesses dois modelos citados, a questão qualitativa da economia criativa para o desenvolvimento sustentável ainda não pode ser captada nos processos de mensuração. Embora a etapa de medição do comércio internacional tenha sido um passo fundamental, o relatório da Unesco de 2013 buscou justamente superar as limitações desse enfoque e investiu na análise das cidades como unidades fundamentais para o desenvolvimento. Assim, o relatório apresentou uma série de indicadores que visam mostrar os *recursos* culturais disponíveis em uma cidade ou região, as *capacidades* de governança desses recursos e os *resultados* econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Entre os recursos, pode-se destacar os indicadores de mão de obra criativa, as empresas criativas, as instituições culturais, os edifícios e os espaços patrimoniais e o patrimônio cultural intangível. Quanto às capacidades, deve-se mencionar a participação governamental e participação do setor privado, capital social, educação em artes e cultura e mídia e comunicação. Em relação aos resultados, os indicadores da Unesco destacam diversas categorias, como volume de produção de bens e serviços culturais, emprego, exportações, desenvolvimento empresarial, turismo, coesão social, diversidade cultural, direitos humanos, consumo cultural, participação, desenvolvimento de formas artísticas, relações exteriores, estratégias educativas para preservar o meio ambiente, boas práticas ecológicas e conhecimento tradicional.

Outro passo adiante foi dado com a elaboração e publicação do manual metodológico de Indicadores de Cultura da Unesco para o Desenvolvimento (CDIS), em 2014. Esse conjunto de ferramentas foi construído de maneira estratégica para convencer a comunidade internacional de que a nova agenda para o desenvolvimento sustentável deveria incluir a cultura e a criatividade como um de seus objetivos. Para isso, o CDIS examinou sete dimensões, sendo elas: economia, educação, governança, participação social, igualdade de gênero, comunicação e patrimônio, resultando em 22 indicadores que evidenciam as diversas interações entre cultura, criatividade e desenvolvimento.

Entre os instrumentos elaborados pela Unesco, o CDIS é o guia mais adequado para que os países em desenvolvimento possam conhecer o vínculo multidimensional da cultura no desenvolvimento sustentável. Além disso, o CDIS permite que se identifiquem os avanços na implementação da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. Porém, a implementação dessa ferramenta exige a participação dos diversos agentes envolvidos com a produção cultural, sobretudo o Estado, cuja centralidade nos processos de decisão o capacita para ser o principal agente impulsionador.

O tema dos modelos de desenvolvimento será retomado no terceiro capítulo, quando iniciarmos a análise do Micsul. Por enquanto, a próxima seção será dedicada ao estudo da participação dos Estados nacionais no nível mais geral de regulação dos fluxos de bens e serviços culturais pelos territórios. Com isso, espera-se compreender quais os limites e as possibilidades para o exercício das políticas culturais diante dos diversos acordos de liberalização comercial. Este estudo também permitirá entender mais detalhadamente a importância da Convenção para que os países em desenvolvimento possam agir no cenário internacional.

2.4 OS ACORDOS COMERCIAIS E AS POLÍTICAS CULTURAIS

Ao longo deste capítulo tem sido discutido como os estados e as instituições multilaterais passaram a atuar na cadeia de valor das indústrias criativas e culturais por meio das políticas culturais. O estudo dos documentos de política cultural evidenciou as modulações discursivas dessas políticas, ora com ênfase no valores culturais ora com destaque às disposições criativas, mas em ambos os casos comprometidas com o desenvolvimento econômico e cultural. Assim, para se justificar como ação legítima do Estado, as políticas culturais tiveram que assumir compromissos cada vez mais estranhos aos seus seguimentos iniciais.

Isso se deu porque o Estado, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, assumiu a responsabilidade de gerenciar minimamente o capitalismo, o que significava criar um ambiente de relativa paz social e condições para expansão das atividades comerciais e produtivas. É por isso que as políticas culturais ocupam uma posição sempre muito sensível em relação aos interesses dos agentes políticos. Essas posições são diversas, mas elas podem ser caracterizadas de acordo com o que os governantes entendem por cultura e qual deve ser o seu papel social.

De maneira geral, a partir dos anos 1970, a cultura passou a ser entendida como “o conjunto dos traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade e um grupo social” (UNESCO, 1982a) ou como “um todo modo de vida” (WILLIAMS, 1992). Esse entendimento abriu novas perspectivas para as políticas culturais, mas também trouxe desafios imensos. Por um lado, a ampliação do conceito de cultura possibilitou um rompimento com uma certa tradição que concebia a cultura como sinônimo de belas-artes, o último refúgio do pensamento esclarecido e da liberdade criativa. Por outro lado, a cultura assumiu o sistema econômico como um dos seus traços distintivos, assim como a democracia liberal, a vida nas cidades, a ciência e a tecnologia. Com isso, não há necessariamente uma oposição entre cultura e comércio, e sim uma relação complementar, embora ambígua e conflituosa.

A partir disso, as políticas culturais ampliaram o seu escopo para atividades ligadas às culturas populares e às novas formas de expressão, produção e uso dos sistemas de comunicação

e informação. Isto é, as políticas culturais passaram a atuar no campo das indústrias culturais, como livros, música gravada, filmes, espelhos ao vivo e assim por diante, como foi discutido no primeiro capítulo. Ao fazer isso, essas políticas se viram em condições de ampliar os seus compromissos com o bem-estar social e com a geração de renda e empregos. Essa lista de compromissos veio aumentando ao longo dos anos, a ponto de o relatório da Unctad (2010) propor que políticas culturais adequadas para as indústrias criativas poderiam contribuir com até seis dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Portanto, as políticas culturais buscam para si uma posição central nos processos de desenvolvimento, com atuação nos campos econômico, social, cultural e ambiental.

Dessa forma, essas políticas têm encontrado nas regras, acordos e arranjos de comércio internacional uma série de oportunidades e obstáculos para expandir a sua participação nas trocas simbólicas. Nesse cenário, o principal desafio é ampliar a participação dos países em desenvolvimento. Por isso, estudar a relação das políticas culturais com esses acordos de comércio pode oferecer mais uma contribuição para compreendermos o campo de interação das indústrias criativas e culturais, a partir do qual os pequenos e médios produtores baseiam suas decisões.

2.4.1 OMC

■ ■ ■

A Organização Mundial do Comércio foi estabelecida em 1995 com o objetivo de ordenar as relações comerciais entre os países. Embora parte do seu conjunto de regras e seu dispositivo de solução de controvérsias sejam o resultado das negociações da Rodada do Uruguai, a arquitetura regulatória da OMC é devedora do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (Gatt), estabelecido em 1947. O Gatt foi o primeiro acordo de comércio surgido depois do fim da Segunda Guerra para restabelecer a confiança entre os países vencedores e retomar as atividades comerciais. É interessante notar que as medidas restritivas em torno da produção de filmes datam desde o início do século XX (ÁLVAREZ, 2008), mas será a partir da criação e ampliação do Gatt que decididamente a produção de bens culturais figurará na agenda do comércio internacional.

Desse modo, como as regras do Gatt tinham o objetivo de liberalizar o comércio de bens por meio da redução de tarifas e eliminação de outros obstáculos não tarifários, a imposição de exceções no Acordo não ocorreu sem uma série de discordâncias. No caso do Gatt, os artigos IV e XX (f) são as exceções que permitem a proteção dos tesouros de valor artístico, histórico ou arqueológico e a adoção de cotas de tela para filmes domésticos. À parte isso, todos os demais setores de produção cultural estavam submetidos às regras do Acordo ou se davam de forma não propriamente regulada, como é o caso do comércio de serviços. É

por isso, inclusive, que umas das principais novidades trazidas pelas negociações da Rodada do Uruguai foi a extensão das regras do comércio de bens para o comércio de serviços.

O Acordo Geral sobre Comércio de Serviços (GATS) entrou em vigor em 1995 e sua moldura regulatória compõe o conjunto de acordos resguardados pela OMC. O GATS é composto por uma lógica de compromissos, na qual cada país decide qual setor pretende liberalizar e indica aos demais países a liberalização das áreas que são de seu interesse. Dito isso, é oportuno lembrar que essa ampliação dos interesses comerciais para o setor de serviços é concomitante à emergência do termo indústrias criativas e à internacionalização do conceito de economia criativa. É nesse mesmo período que a Unesco estabelece as bases argumentativas para a inclusão da temática da diversidade cultural nos fóruns internacionais de comércio e desenvolvimento. Como foi visto na seção anterior, a aprovação da Convenção foi a resposta mais efetiva dada pelo setor cultural para contrabalancear os interesses comerciais em relação aos valores culturais.

Retomando, o GATS é o desenho regulatório para a grande virada de uma economia centrada na produção de bens para uma economia do conhecimento, das ideias e do acesso, como propôs Jeremy Rifkin (2001). Essa internacionalização das atividades comerciais significava, portanto, enquadrar a produção cultural, com suas dimensões históricas, identitárias, espirituais e estéticas na categoria de serviços. Assim, as regras do Gatt para bens culturais seriam superadas. É em função disso que surgiram duas grandes preocupações. A primeira se refere à possível limitação das políticas culturais em razão dos princípios de tratamento nacional e acesso a mercados. A segunda foi o temor de que os países em desenvolvimento seriam obrigados a abrir todos os setores de serviço à competição externa, o que significaria desregulação ou regulação pró-mercado e privatização.

Contudo, segundo Vera Cíntia Álvarez (2008, p. 120), “ao oferecer um arcabouço de regras bem mais flexíveis”, o GATS “tenderia a favorecer a proteção dos setores culturais domésticos”. Isso se daria, ainda segundo Álvarez, porque “os países podem negociar concessões de abertura de seus mercados de forma setorial e por modo de prestação de serviços específicos, ou seja, sem a obrigação de abrir os mercados de forma total”. Assim, a regulação dos serviços – o que inclui a maior parte das indústrias criativas – não significava que as políticas públicas de cultura seriam extintas.

Deve-se considerar, porém, que essas negociações de âmbito do GATS não avançaram como o previsto, muito por conta da resistência dos países europeus em incluir o setor de audiovisual nos termos do Acordo (ÁLVAREZ, 2008). Essas discussões foram postergadas para a Rodada de Doha, mas a maior parte dos países também não incluiu o audiovisual em suas listas de compromissos positivos. Diante desse impasse, em 2013 foi lançada a rodada de negociações sobre o Acordo de Comércio de Serviços (Tisa), com a participação de 43 países. O objetivo do Tisa é melhorar o comércio de serviços e o acesso ao mercado em todos os setores, incluindo o audiovisual e outros setores de natureza cultural.

Em relação ao GATS, o Tisa propõe superar o modelo de lista de compromissos por um método misto, no qual o princípio de acesso ao mercado ficaria restrito aos setores listados, mas

o tratamento nacional seria aplicado a todos os serviços. Um outro objetivo do Tisa é eliminar as listas de exceções, como é o caso do audiovisual dentro do regime do GATS. Esse acordo ainda prevê um anexo dedicado ao comércio eletrônico. Em geral, o Tisa é claramente um potencial obstáculo para o funcionamento das políticas culturais, por isso é importante o acompanhamento das negociações em torno do acordo¹⁸, uma vez que a maior parte dos países participantes são signatários da Convenção da Unesco.

De todo modo, é preciso considerar os outros níveis de negociação dos acordos comerciais, pois, mesmo que o principal regime regulatório esteja no âmbito da OMC, as relações bilaterais podem produzir retrocessos em comparação com o acordos multilaterais. Além disso, os blocos regionais, estruturas anteriores ao arcabouço da OMC, também podem ser opções menos assimétricas para os países em desenvolvimento criarem estratégias para as políticas culturais, uma vez que as negociações em bloco podem proteger os setores sensíveis.

2.4.2 Acordos bilaterais

■ ■ ■

A utilização dos acordos bilaterais para ampliar a liberalização comercial tende a ressaltar os interesses particulares de certos países em detrimento dos interesses e benefícios gerais. São acordos não contraditórios ao que é estabelecido pela OMC, uma vez que são vistos como facilitadores ou complementares aos objetivos de liberalização comercial. O problema dessa modalidade de acordo comercial para os países em desenvolvimento é que as áreas sensíveis, como os setores culturais, têm pouca ou nenhuma capacidade de resistência.

Vera Cíntia Álvares (2008) analisou quatro acordos bilaterais envolvendo os Estados Unidos e os países Chile, Austrália, Cingapura e Marrocos no ano de 2004. Com exceção da Austrália, os demais países fizeram concessões envolvendo investimentos, serviços, propriedade intelectual e comércio eletrônico. No acordo com o Chile, por exemplo, embora o país latino-americano tenha conseguido manter relativa proteção do setor cultural e garantir o cumprimento de antigos e futuros acordos nessa área, a liberalização do comércio eletrônico de serviços digitais poderá restringir as políticas culturais para esse setor que atualmente é um dos mais importantes do ponto de vista econômico e cultural.

Desde o estabelecimento do GATS, uma série de acordos bilaterais foi realizada. O relatório da Unesco (2018, p. 156) apresentou uma lista não exaustiva de 31 acordos em negociação no ano de 2017 e apontou a ausência de menções sobre a especificidade dos bens e serviços

18 A International Federation of Coalitions for Cultural Diversity é um observatório da diversidade cultural nos acordos comerciais.

culturais nos textos desses acordos, além de praticamente não se referirem à Convenção, o que contraria o disposto no artigo 21, o qual discorre sobre o comprometimento das partes em promover os objetivos e princípios em fóruns internacionais.

A maior dificuldade nessa modalidade de acordo são as assimetrias, uma vez que os países mais ricos têm poder de barganha. Por isso, esse nível de negociação talvez não seja o mais adequado para o setor cultural e, obviamente, também para as políticas culturais. Não obstante os termos exigidos pelo GATS serem razoavelmente restritivos quanto ao uso de cotas, subsídios e financiamento, ainda assim eles são mais favoráveis aos países em desenvolvimento do que os termos acordados nas negociações bilaterais.

2.4.3 Acordos regionais

■ ■ ■

Os acordos regionais são modelos de integração anteriores à formação da OMC. A América Latina foi uma das primeiras regiões a usar essa modalidade de organização para alcançar melhores níveis de desenvolvimento e integração. Já em 1960 foi criada a Associação Latino-Americana de Livre Comércio (Alalc) e em 1980 estabeleceu-se a Associação Latino-Americana de Integração (Aladi). Foi no âmbito da Aladi, em 1989, que Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela firmaram o primeiro Acordo Regional de Cooperação e Intercâmbio de Bens nas Áreas Cultural, Educacional e Científica, com o objetivo de formar um “mercado comum de bens e serviços culturais destinado a dar amplo âmbito à cooperação educacional, cultural e científica dos países signatários e a melhorar e elevar os níveis de instrução, capacitação e conhecimento recíproco dos povos da região” (ALADI, 1989).

Esses arranjos regionais, mesmo que obrigados a seguir as normas da OMC, podem ser mais adequados para o aprofundamento dos níveis de integração cultural e econômica entre seus membros e até para negociar com países ou bloco de países desenvolvidos. Os possíveis facilitadores são os vínculos nas áreas de fronteira, a proximidade do idioma, o compartilhamento de um processo histórico de formação, os traços culturais e, fundamentalmente, o interesse mútuo e autorreconhecimento. Ainda que esses aspectos não sejam preponderantes, como assinala Philippe C. Schmitter (2010), eles podem contribuir de alguma maneira para negociação de termos comerciais mais favoráveis.

Assim como os acordos bilaterais, os acordos regionais proliferaram nas últimas décadas e seus volumes de interesse estão cada vez mais complexos. Na região da América Latina existem atualmente oito grandes acordos, correspondendo às subregiões do Caribe, Andes, América Central e América do Sul. No entanto, os setores das indústrias criativas e culturais são pouco considerados nessas estruturas supranacionais, com exceção do Mercosul.

Em 2013, uma nova modalidade de acordo regional começou a tomar forma. Inicialmente com a Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento (TTIP), entre a União Europeia e os Estados Unidos da América. Apesar das negociações estarem suspensas, os documentos mostram que o acordo deve reconhecer que o desenvolvimento sustentável é um objetivo abrangente e que os padrões, políticas e legislações destinados a proteger e promover a diversidade cultural não serão relaxados (UNESCO, 2018, p. 152). Deve-se ressaltar que essa exigência é uma exceção entre os blocos regionais. Isso ocorre porque a União Europeia tem poder maior de negociação e a própria Convenção é uma espécie de conquista particular do bloco ante a concepção de cultura norte-americana.

Um outro exemplo dessas novas organizações é o Acordo Transpacífico de Cooperação Econômica (TPP), que envolve doze países¹⁹ localizados na costa do Pacífico, com uma população de 800 milhões de pessoas e representando 40% da economia mundial. Segundo o relatório da Unesco (2018), os documentos produzidos até o momento revelam que o setor da cultura não se beneficiará de condições especiais. Mesmo assim, países como o Canadá, Austrália e Chile apresentaram algumas listas de ressalvas para proteger os interesses nacionais, especialmente na implementação de medidas de promoção de conteúdos audiovisuais na internet. Apesar dessas listas de exceções, como enfatiza o relatório da Unesco (2018, p. 151), na prática o TPP reduz a possibilidade de políticas culturais para promover e proteger a diversidade cultural, sobretudo no comércio digital.

É oportuno comentar os recentes avanços nas negociações para o acordo entre os blocos regionais Mercosul e União Europeia. Como mencionado acima, se a União Europeia mantiver os princípios e os objetivos da Convenção, o acordo entre os blocos pode ser favorável para o setor cultural dos países sul-americanos. Nesse cenário, as políticas culturais são consideradas um elemento fundamental para o desenvolvimento sustentável. Ao contrário do que é geralmente feito nos acordos bilaterais, os documentos iniciais do Acordo Mercosul-UE mostram que os padrões de regulação da propriedade intelectual seguem os tratados já firmados anteriormente. O que não significa necessariamente um ganho, mas ao menos parece não haver interesse em impor padrões mais rígidos do que o atual regime prevê.

Esse tema da propriedade intelectual é importante porque ele é a maior novidade trazida com a criação da OMC. Embora o enfoque da abordagem nesta seção tenha sido mostrar os diferentes obstáculos e oportunidades para as políticas culturais, com a criação de exceções, listas preferenciais e menção aos princípios da Convenção, o plano de fundo dessas disputas é o controle dos Direitos de Propriedade Intelectual (DPI). Ainda que de maneira introdutória, o próximo tópico tratará das implicações do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio (TRIPs) para as políticas culturais.

19 Em 23 de janeiro de 2017 os Estados Unidos se retiraram do TPP, com a alegação do então presidente Donald Trump de que o protecionismo é a melhor forma de proteger os empregos norte-americanos.

2.4.4 TRIPs

O TRIPs é um dos acordos resultantes das negociações multilaterais no âmbito da Rodada do Uruguai, que veio a dar origem à OMC. A sua implementação resultou na harmonização dos diversos acordos de propriedade intelectual, antes administrados pela Ompi. Com isso, o TRIPs passou a regular, entre outros, patentes, marcas, desenho industrial, direitos autorais, indicações geográficas, circuitos integrados, informações confidenciais, o que lhe permitiu a internacionalização dos espaços econômicos e o aumento da proteção do conhecimento. Assim, ele é o regimento jurídico que disciplina as escolhas políticas e econômicas no âmbito do GATS. Segundo Cícero Gontijo (2003), enquanto a maior parte dos acordos herdados ou criados com a OMC buscava a derrubada de barreiras tarifárias, criando uma verdadeira circulação global de bens, o TRIPs estabeleceu justamente novas barreiras para proteção da propriedade intelectual.

Por conta disso, ele é considerado o mais polêmico entre os acordos da moldura regulatória da OMC, pois todos os países membros devem ajustar as suas legislações em consonância com as regras gerais. Entre as justificativas para sua implementação, foi defendido que o TRIPs beneficiaria os países em desenvolvimento com a transferência de tecnologia, sobretudo em área de saúde pública. No entanto, uma década depois, constatou-se que os setores da saúde e biodiversidade ficaram mais concentrados, com as empresas incapazes de competir e inovar, uma vez que o monopólio de vinte anos para exploração das patentes impede a transferência e o desenvolvimento tecnológico (BARBIERI; CHAMAS, 2013).

Esse é um tema que afeta diretamente os países em desenvolvimento em praticamente todas as áreas da economia. Em relação às atividades normalmente abarcadas pelas indústrias criativas, os efeitos são diversos, sendo que algumas atividades são mais visadas pelo regime internacional de regulação e outras menos. Dificilmente um país será contestado por usar as políticas culturais para manutenção dos patrimônios históricos e criação de bibliotecas, mas se, por algum motivo, os cinemas exibirem muitas horas de filmes nacionais ou os jovens copiarem os CDs de suas bandas preferidas, então as regras internacionais do regime de propriedade intelectual serão evocadas. Assim, é preciso observar com mais cautela essa relação entre o Acordo TRIPs e as políticas culturais voltadas para as indústrias criativas e culturais.

Três pontos precisam ser considerados. Em primeiro lugar, estudos (MAY; SELL, 2006; CHANG, 2001) mostram que o argumento de transferência tecnológica não é tão simples como os defensores do Acordo TRIPs fazem parecer. É importante ter isso em mente, uma vez que as tecnologias digitais são consideradas um dos vetores das indústrias criativas. Ora, uma coisa é desenvolver uma plataforma como a Uber ou o sistema PageRank do Google, outra é instalar um aplicativo para trabalhar no transporte de pessoas ou pagar para que um determinado conteúdo seja visto na internet. É preciso ter clareza do que se entende por tecnologia e conhecimento capazes de estimular o desenvolvimento, bem como das estratégias internacionais de controle desses ativos.

O segundo ponto é que independentemente do nível de negociação internacional, regional e bilateral –, o regime TRIPs é o que fundamenta o sistema de recompensas do comércio de serviços. Dessa forma, à medida que os bens culturais já não dependem do suporte físico para serem comercializados, posto que convertidos em dados digitais, menos provável se tornam as exceções nos acordos comerciais, como é caso do artigo IV do Gatt, que entende o filme gravado em uma película como um bem físico. Assim, a tendência é que cada vez mais ocorra a liberalização do setor cultural por meio do GATS e que o comércio dos bens e serviços culturais seja mais regulado pelo regime de propriedade intelectual. Recorda-se que o TRIPs é um regime jurídico, portanto dota as companhias transnacionais de um poder legal dentro dos Estados nacionais, o que pode criar obstáculos ou intimidar as políticas culturais.

O terceiro ponto é que as mudanças tecnológicas da atualidade têm tornado as indústrias criativas também reguladas por outros ramos da propriedade intelectual, e não apenas pelos direitos autorais. Essa situação pode significar formas mais rígidas de controle e exclusão do conhecimento necessário para inovar e criar novas soluções. Para ilustrar essa questão, é bastante útil olhar para o modelo de círculos concêntricos (THROSBY, 2010), apresentado anteriormente. É interessante notar que, quanto mais próximas as atividades estão do núcleo criativo (artes ou expressões culturais), mais a geração de valor depende dos direitos autorais. Já nas atividades mais afastadas do núcleo, definidas como indústrias relacionadas, o valor tende a ser gerado pela exploração dos direitos de marca e patente. São essas atividades as mais disputadas no comércio internacional. O melhor exemplo é o setor de design, que ocupa o último círculo e é o produto criativo mais exportado no mundo, conforme a medição da UNCTAD (2010, p. 129) indicada na Figura 7.

Quando se observa o Primeiro Mapa Global das Indústrias Criativas e Culturais (YE, 2015), mais uma vez as atividades representadas pelas camadas externas do modelo de círculos concêntricos são as mais valorizadas economicamente. O design, nesse caso, está representado

pelo setor de artes visuais, que, somado ao setores de televisão, imprensa, publicidade e arquitetura, forma os cinco maiores geradores de receitas, conforme a tabela da Figura 8.

Setores das ICC	Receitas em 2013 (USD bilhões)	Emprego (2013)
Televisão	477	3.527.000
Artes visuais	391	6.732.000
Imprensa	354	2.865.000
Publicidade	285	1.953.000
Arquitetura	222	1.668.000
Livro	143	3.670.000
Artes cênicas	127	3.538.000
Jogos eletrônicos	99	605.000
Filme	77	2.484.000
Música	65	3.979.000
Rádio	46	502.000
Total (antes da remoção da dupla contagem)	2.285 *	31.524.000 *
Total (após a remoção da dupla contagem)	2.253	29.507.000

Figura 8

Receitas e empregados por subsetor na América Latina e Caribe

Fonte: EY (2015)

Deve-se notar, porém, que para o Acordo TRIPs o *design* faz parte das atividades industriais protegidas pelo regime de patentes, e não pelos direitos autorais. Tanto é que na legislação brasileira, como aponta Cícero Gontijo (2003), o *design* compõe o ramo de atividades protegidas pela Lei 9.279, relativa à propriedade industrial. Ainda nesse mesmo ramo de propriedade intelectual, no caso da Lei brasileira, estão as indicações geográficas e as marcas, as quais têm importância fundamental para os programas de desenvolvimento local de economia criativa.

Esses três pontos brevemente comentados sugerem que as políticas culturais ocupam uma posição estratégica, mas extremamente delicada, sobretudo quando se observa pela perspectiva das regras do comércio internacional. Os principais problemas parecem ser um possível esgotamento dos fóruns multilaterais e a ampliação desmedida da liberalização e privatização sobre os bens e serviços culturais. Apesar disso, o relatório global da Unesco (2018) constatou avanços significativos na governança das políticas culturais nos países em desenvolvimento desde que foi estabelecida a Convenção da Unesco. O relatório também destacou o papel fundamental da digitalização e da internet para ampliar a participação ativa da sociedade civil no setor cultural.

Essa aparente contradição pode ser explicada pela existência de um processo tardio e recente na implementação de políticas culturais nos países em desenvolvimento, pela disseminação do conhecimento sobre as políticas culturais, pela melhoria na formação profissional dos agentes do setor público, pelas garantias trazidas com a Convenção e pela possibilidade de geração de renda, empregos, coesão social e representatividade. Nesse último caso, as novas perspectivas trazidas pela economia e indústrias criativas foram um fator de grande mobilização e expectativa em torno dos potenciais de desenvolvimento, como tem sido o caso da América Latina.

2.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO

■ ■ ■

O estudo realizado neste capítulo mostrou outra dimensão do que estamos chamando de campo de interação das indústrias criativas culturais. Se no primeiro capítulo privilegiaram-se as semelhanças e as diferenças entre os conceitos usados para denominar a produção de bens e serviços culturais, isto é, o processo de commoditização das formas simbólicas, neste capítulo a intenção foi mostrar como as instituições públicas passaram a atuar na regulação da produção, circulação e uso desses bens simbólicos e, portanto, na superação de restrições econômicas, espaciais, técnicas e educacionais.

A presença ativa das instituições supranacionais se materializou principalmente na política cultural internacional, a qual foi caracterizada aqui por seus discursos. Assim, a análise dos documentos de política nos permitiu sugerir a existência de dois grandes momentos em que a cultura e a economia passam a se procurar mutuamente. O primeiro, entre 1970 e final de 1990, foi marcado pelo discurso sobre cultura e desenvolvimento, isto é, discute como o investimento em cultura contribui para a identidade nacional, a educação, o bem-estar, a diversidade cultural e, sem dúvida, para a economia do país. O segundo momento, situado entre os anos 2000 e 2015, foi caracterizado pelo discurso sobre criatividade e desenvolvimento. A diferença em relação ao primeiro é que a agenda de compromissos tornou-se mais social e mais econômica. Investir em criatividade contribuiria para até seis ODMs, além de ganhos no PIB, empregos, inovação, coesão social, entre outros.

No entanto, viu-se que, ao mesmo tempo que os relatórios mostraram o aprimoramento da institucionalidade das políticas culturais e até melhorias na participação dos países em desenvolvimento, as principais metas estabelecidas pelas Nações Unidas com os ODSs não parecem considerar que a cultura e a criatividade desempenhem um papel preponderante nos processos de desenvolvimento sustentáveis e inclusivos. Esse debate, contudo, precisará

ser aprofundado em outra oportunidade, pois seu estudo pormenorizado nos desviaria do objetivo previsto para este segundo capítulo. Em todo caso, é oportuno assinalar que a Assembleia Geral das Nações Unidas declarou 2021 como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável. A proposta foi apresentada pelos seguintes países: Indonésia, Austrália, China, Índia, Mongólia, Filipinas e Tailândia.

Além das políticas culturais, o estudo mostrou como os Estados nacionais podem atuar na esfera da regulação do comércio internacional para proteger e promover o setor cultural. Ainda que os fóruns de discussão e os espaços para negociação sejam diversos, notou-se que cada vez mais se estabelece um regime de liberalização e privatização do setor cultural, com pouca margem para que os países em desenvolvimento possam exigir exceções. Esse problema poderá ser ainda maior com a emergência da economia digital e a visível desmaterialização das indústrias culturais clássicas.

Em resumo, permanece em aberto se de fato as indústrias criativas e culturais são um caminho viável e factível para os países em desenvolvimento. No quadro internacional dos fluxos de bens e serviços culturais, a posição da América Latina não parece tão promissora, embora deva-se reconhecer os limites dessas mensurações. Já em estudos focados nas localidades, como é do relatório da Unesco (2013), as contribuições distributivas da economia criativa são aparentemente mais visíveis. Em ambos os casos, contudo, nota-se a necessidade de dados mais qualificados.

No próximo capítulo a situação dos países e do bloco regional Mercosul será analisada com mais profundidade. O objetivo é identificar quais são os desafios para que os países mercosulenses, em geral, e os pequenos e médios empreendedores, produtores e artistas possam viabilizar seus projetos, produtos e expressões.

■ ■ ■

CAPÍTULO 3

Cultura, política e integração

■ ■ ■

3.1 DESENVOLVIMENTO E INTEGRAÇÃO NA AMÉRICA LATINA

■ ■ ■

O desenvolvimento econômico na região da América Latina é frequentemente associado a um ideário de unidade e integração entre os países. Esse ideário data desde o início do século XIX, quando ocorreram os primeiros movimentos por independência, mas será com o fim de Segunda Guerra Mundial que ele se materializará em diversos tratados, acordos e blocos econômicos. Até 1980, com a crise da dívida, o desenvolvimento industrial se constituiu como a principal justificativa da busca por integração regional. Já nos anos de 1990, o desenvolvimento foi pensado como uma abertura econômica, processo que coincide com a criação da OMC. Esse período ficou conhecido como regionalismo aberto. No início do milênio, segundo José Briceño Ruiz (2012), o desenvolvimento reaparece como um princípio da integral regional.

É oportuno lembrar que uma das principais instituições idealizadoras de propostas para o desenvolvimento regional, a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), foi estabelecida em 1948, três anos depois da criação da Unesco. Embora sejam instituições com objetivos específicos diferentes, a partir dos anos 1970, como mencionamos no segundo capítulo, o desenvolvimento econômico se tornou, de certo modo, um tema partilhado.

De fato, no período inicial, a Cepal esteve prioritariamente preocupada com o desenvolvimento industrial, tanto é que o marco teórico elaborado sob orientação de Raúl Prebisch propunha, em linhas gerais, que a economia mundial se organizava a partir da dicotomia “centro e periferia”, resultado de uma apropriação desigual do progresso técnico gerado com a revolução industrial. Essa difusão desigual da tecnologia teria criado diferenças nos setores de produção, resultando na deterioração do intercâmbio entre os países industrializados e não industrializados. Desse modo, a industrialização com substituição de importações (ISI) e a integração regional seriam elementos estratégicos para alcançar o desenvolvimento. Esse modelo permitiria, assim, superar as disparidades externas e planificar as assimetrias na região.

Para Márcio Bobik Braga (2002), as ideias da Cepal tiveram influência decisiva na formação da Associação Latino-Americana de Livre Comércio (Alalc), retificada em 1960 pela Argentina, Brasil, Chile, Uruguai, Paraguai e Peru. Contudo, ainda que tenha alcançado algum êxito nos primeiros anos (FRENCH-DAVIS; MUNOZ, 2005, p. 152), percebeu-se que a ALALC não fez mais do que reproduzir a lógica “centro e periferia” no interior do continente (PAIKIN, 2010 p. 9). Diante do fracasso da Alalc, em 1980 os países aprovaram a criação da Aladi, à qual se somaram a Bolívia, a Colômbia, o Equador e a Venezuela. Apesar da ampliação no número de países participantes, a Aladi pouco contribuiu para a formação de um efetivo mercado comum, embora tenha sido importante para manter viva a ideia da integração (BRAGA, 2002).

Em todo caso, cabe assinalar que foi no âmbito da Aladi que pela primeira vez o setor de bens e serviços culturais foi reconhecido como um elemento importante para a promoção de um mercado comum regional, portanto, para o desenvolvimento. O Acordo Regional de Cooperação e Intercâmbio de bens nas áreas cultural, educacional e científica foi assinado pela Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela e entrou em vigor em janeiro de 1989. Ainda que a dimensão econômica desses bens e serviços não fosse o foco do acordo, do ponto de vista da promoção cultural essa foi a maior iniciativa de integração entre os blocos regionais.

De acordo com Braga (2002, p. 13), o principal motivo da falta de êxito das ideias sobre desenvolvimento e integração elaboradas pela Cepal foi o “quadro de instabilidade nas condições macroeconômicas dos países envolvidos”. Uma outra explicação seria a perda da capacidade de influenciar o pensamento econômico, muito em função de um fortalecimento da tecnocracia estatal, do aparecimento de centros acadêmicos de excelência no estudo da economia e da expansão das ditaduras militares na região (BIELSCHOWSKY, 2000).

Na altura dos anos de 1990, a situação dos países começa a mudar, seja internamente, com a retomada dos processos democráticos, seja no âmbito internacional, por conta dos novos acordos de liberalização comercial. Além do mais, a industrialização de uma certa forma já havia ocorrido na América Latina (BRAGA, 2002 p. 18). Com isso, o tema do desenvolvimento foi pensado a partir de uma outra perspectiva, denominada pela Cepal de “regionalismo aberto”, a partir do qual as relações econômicas dos países passaram a ser cada vez mais integradas aos padrões de regulação da OMC. Nesse novo modelo de desenvolvimento, “a integração seria um complemento das políticas de abertura para promover uma melhor inserção dos países latino-americanos na economia mundial” (BRICEÑO RUIZ, 2012).

Embora os seus marcos de criação sejam de 1985, o Mercado Comum do Sul (Mercosul) foi ratificado pela Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai em 1991, com o *Tratado de Assunção*. Se a Alalc havia incorporado as principais ideias da Cepal sobre o desenvolvimento, o Mercosul foi estabelecido e inspirado na lógica do Consenso de Washington, cujas orientações gerais foram a abertura para o comércio internacional e uma redução drástica de participação do Estado na regulação e oferta de serviços públicos. Para alguns autores, embora o termo regionalismo aberto reverberasse um resquício das ideias da Cepal, o que os governos fizeram

foi colocar em prática o modelo neoclássico de desenvolvimento ou, como é mais comumente referido, um modelo neoliberal.

Na verdade, a primeira década de funcionamento do bloco sub-regional foi marcada por uma dualidade fundamental. De um lado, ainda havia a perspectiva do ideário de integração latino-americana, como se o Mercosul representasse uma aliança contra o avanço dos Estados Unidos. Por outro lado, a concepção de integração predominante compreendia o regionalismo apenas como uma etapa necessária para uma integração internacional. Se bem que, nesse último caso, Briceño Ruiz (2007, p. 191) sugere que se compreenda como uma proposta híbrida de integração, uma vez que respondia às recomendações internacionais, mas favorecia o país hegemônico da região, o Brasil.

Com o início do novo milênio, os ares pareciam mudar na América Latina. A eleição de políticos progressistas ou mesmo de feição nacionalista foi o resultado de um conturbado processo de redemocratização dos anos de 1990 e inserção abrupta dos países no livre-comércio internacional. Mostrou-se incontestável que a transferência das demandas sociais para uma suposta benevolência do mercado havia agravado ainda mais os problemas da região. Assim, Briceño Ruiz (2012) observa que nesse novo período o tema do desenvolvimento retornará em um contexto diferente, que reposiciona o Estado como condutor dos processos econômicos e sociais.

É nesse momento que as políticas culturais dos países da região conhecem uma nova feição, com o estabelecimento das principais instituições e mecanismos de financiamento (RUBIM; BAYARDO, 2008). Também é nesse período que o Mercosul Cultural, criado em 1995, passa a dar indícios de ter condições para desempenhar um papel ativo na cadeia de valores da produção cultural regional. Além de dinamizar a produção interna, busca-se uma maior participação no fluxo internacional de bens e serviços culturais. Diferente do Acordo de Bens Culturais promovido no âmbito da Aladi, a evolução do Mercosul Cultural caminhará para uma visão inspirada nos discursos internacionais sobre o papel da cultura e da criatividade no desenvolvimento econômico.

Nas próximas seções deste capítulo adentraremos mais detidamente nesse terreno, primeiro com o estudo das políticas culturais nacionais, depois com a investigação sobre as indústrias criativas e culturais na região e, em seguida, retornaremos ao tema do Mercosul Cultural para concluir nosso percurso.

3.2 AS POLÍTICAS CULTURAIS NA AMÉRICA DO SUL

■ ■ ■

As políticas culturais na América do Sul podem ser caracterizadas pela existência de discursos próprios. Essa singularidade, contudo, não significa que sejam totalmente diferentes das políticas internacionais, nem que exista uma unidade interna. Se fosse para estabelecer uma feição geral das políticas culturais na região, a multiplicidade de modelos seria um dos principais traços. É por isso, inclusive, que não há necessariamente uma política cultural sul-americana ou latino-americana, mas experiências de políticas culturais em países referidos pelo termo América do Sul. Essas experiências, apesar de variadas, apresentam níveis de institucionalidade e discursos afins, o que pode sinalizar a existência de uma agenda comum.

Ao sugerir que os discursos das políticas culturais na América do Sul são singulares, o que se quer dizer é apenas que eles são contextuais e resultado de negociações e embates. Um exemplo pode ajudar a expressar melhor essa ideia. Enquanto o discurso do desenvolvimento cultural da política francesa dos anos de 1960 tinha como pano de fundo a ampliação dos direitos e da proteção social, esse mesmo discurso assumiu feições distintas na maior parte dos países sul-americanos. A análise feita por Albino Rubim (2008) mostra que ao longo da segunda metade do século XX a relação entre Estado e cultura no Brasil – e aparentemente nos demais países da região –, caracterizou-se pela ausência, pelo autoritarismo e pela instabilidade, portanto de maneira oposta ao que ocorria na Espanha, França e Reino Unido.

O estudo que melhor detectou as singularidades das relações entre instituições e produtores culturais na América Latina foi realizado por Néstor García Canclini (1987), segundo o qual as ações das instituições, em geral o Estado, podem ser classificadas em seis paradigmas: mecenato liberal, tradicionalismo patrimonialista, estatismo populista, privatização neoconservadora, democratização cultural e democracia participativa. Esses paradigmas não se apresentam de maneira cronológica e não estão necessariamente superados.

Em relação ao discurso do desenvolvimento cultural, cada um desses paradigmas mantém um programa de ação mais ou menos explícito, ora com o enfoque na produção artística e preservação do patrimônio, ora com ênfase na identidade nacional e na democratização da produção, do consumo e participação.

Por certo, alguns paradigmas apontados por García Canclini (1987) estão diretamente relacionados ao discurso sobre cultura e desenvolvimento da Unesco, como foi proposto no segundo capítulo deste estudo²⁰. No entanto, essa categorização dos modos de relação entre instituições e produtores não explica de maneira satisfatória as implicações para as políticas culturais com a emergência do discurso sobre criatividade e desenvolvimento, a partir dos anos 2000. Evidentemente, na época em que o estudo de García Canclini foi publicado nem todas as condições políticas, econômicas e sociais estavam estabelecidas. O fato é que a partir dos anos de 1990 as mudanças trazidas com a intensificação da globalização, a relativa estabilidade democrática e as alterações nas cadeias de valores da produção cultural com a digitalização criaram outras relações entre instituições e produtores.

Com isso, a atitude empreendedora e a disposição para inovar se tornaram praticamente vícios de linguagem nos discursos das políticas culturais. Por isso a noção de *complexo profissional* proposta David Hesmondhalgh (2015, p. 67) representa mais acertadamente essas novas relações entre produtores e instituições, sejam as relações com as instituições de mercado, sejam as relações com o Estado. A principal vantagem dessa noção é que ela ressalta a crescente complexidade da divisão do trabalho envolvido na produção de bens e serviços culturais, além de reconhecer as formas residuais da relação entre produtores e instituições, como o patronato, que na América Latina foi identificado por García Canclini (1987) como tradicionalismo patrimonialista e estatismo populista.

Dessa forma, o discurso sobre criatividade e desenvolvimento, em geral sustentado pelos argumentos da economia e das indústrias criativas, coloca as políticas públicas de cultura como fundamentais para a geração de renda, criação de empregos, participação no PIB, revitalização de áreas urbanas, inovação, sustentabilidade, coesão social e autorrealização. Com isso, esse novo discurso força um alargamento do escopo das políticas culturais, o que cria uma série de desafios e expectativas para os governos e produtores culturais. Talvez o maior desafio seja o de regular as diversas áreas da produção cultural para reduzir as disparidades entre as grandes companhias e os pequenos e médios produtores, isto é, estabelecer um setor mais diverso e competitivo. Entre as expectativas, pode-se destacar as possibilidades reais, porém instáveis e às vezes precárias, de participação na cadeia de valores. Esses dois aspectos serão discutidos mais detalhadamente nas últimas seções.

20 É importante reforçar que o discurso do desenvolvimento cultural é próprio da política cultural francesa, enquanto o discurso sobre cultura e desenvolvimento é uma versão própria construída na Unesco, portanto característica da política cultural internacional.

Diante desse cenário, as políticas culturais nacionais não apenas estão em transformação, como em muitos casos passaram a sofrer ataques de grupos conservadores e pressões por parte dos acordos de regulação do comércio internacional. Desse modo, é preciso entender o quadro geral de institucionalização das políticas culturais e como os discursos sobre criatividade e desenvolvimento e sobre cultura e desenvolvimento têm sido construídos ou permanecido nas principais instituições públicas. Para tanto, será realizado um sobrevoo sobre a situação da Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Paraguai e Uruguai. A escolha desses países se justifica por sua condição de Estados-partes ou associados ao Mercosul.

3.2.1 Argentina

■ ■ ■

A institucionalização das políticas culturais na Argentina é um fenômeno relativamente recente. Embora o país seja pioneiro no estabelecimento de instituições públicas para lidar com o patrimônio cultural nacional e com as artes, será com o processo de redemocratização no final dos anos 1980 que o Estado atuará na área cultural por meio de políticas públicas. Em geral, esse processo de institucionalização tem se dado pelo fortalecimento jurídico, pela profissionalização dos agentes e pela ampliação das atividades culturais e das formas de participação. Atualmente, os principais órgãos responsáveis pelas políticas culturais na Argentina são o Ministério de Cultura da Nação, estabelecido no final de 2019, em substituição à Secretaria de Cultura da Nação, criada em 1992, e o Ministério de Cultura do Governo da Cidade Autônoma de Buenos Aires (GCABA).

Além do pouco tempo de existência e da recente retomada democrática, uma outra característica é o fato de as políticas culturais serem pensadas em contexto de internacionalização e abertura da economia argentina a partir de uma abordagem notadamente neoliberal. Com isso, a afirmação das políticas culturais ocorre no momento de enfraquecimento do Estado em relação à capacidade de regulação e manutenção dos serviços públicos. Desde os anos 1990 a Argentina tem vivenciado uma série de crises políticas e econômicas, mas ainda assim é significativo o avanço na diversificação do fomento, na proteção aos trabalhadores da cultura e na ampliação de programas culturais (BAYARDO, 2008).

Diferentemente do que ocorreu na Espanha, França e Inglaterra, a inserção das indústrias culturais como objeto das políticas culturais na Argentina teve pouquíssimo tempo para se estabelecer como área de interesse público. É certo que em 1989 o governo argentino assinou o Acordo de Bens Culturais no âmbito da Aladi e participou da criação da Comissão de Indústrias Culturais, no Mercosul Cultural, mas só em 2002 foi criada a Direção Nacional de Ação Federal e Indústrias Culturais, vinculada à Secretaria de Cultura de Nação. Em 2001, o GCABA criou o plano estratégico Buenos Aires Crea, com o propósito de reposicionar a cidade

tanto na esfera econômica como na cultura. Para Rubens Bayardo (2013), o plano teria sido elaborado no espírito do relatório *Our creative diversity* (UNESCO, 1996), o qual foi comentado no segundo capítulo.

Em paralelo a essa institucionalização inicial das indústrias culturais, já circulavam nos meios político e acadêmico da Argentina as ideias sobre as experiências do Reino Unido com as indústrias criativas e as possíveis contribuições para os países em desenvolvimento. A XI Conferência da Unctad, sediada na cidade de São Paulo, em 2004, foi fundamental para uma ampla divulgação da economia e das indústrias criativas na América Latina. Bayardo (2013) apontou que a mudança de governo implicou a transferência do Observatório de Indústrias Culturais para o Ministério do Desenvolvimento Econômico e a posterior alteração do nome para Observatório de Indústrias Criativas, em 2007. Com isso, a partir desse momento, as ações governamentais estariam direcionadas para o desenvolvimento das indústrias criativas.

Certamente, as mudanças governamentais são importantes para explicar os novos enfoques das políticas culturais, mas, como a pesquisadora Ana Carla Fonseca Reis (2020) mostrou, as sete linhas estratégicas do plano Buenos Aires Crea já enfatizavam a dimensão produtiva da economia e seu vínculo com o território, a saber: Buenos Aires Crea Talentos, Buenos Aires Crea Producción, Buenos Aires Crea Difusión, Buenos Aires Identidad, Buenos Aires Crea Latinoamérica e Buenos Aires Crea Mundo. Assim, a presença do discurso sobre criatividade e desenvolvimento na Argentina pode ser verificada desde o início do milênio. O maior resultado prático dessa nova abordagem das políticas culturais foi a criação dos distritos criativos de audiovisual, artes, *design* e tecnológico, com influência da perspectiva do Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido.

Em um histórico da implementação desses distritos criativos, Reis (2020) apontou como as lições aprendidas com a experiência de Buenos Aires podem ser bastante úteis para outras cidades latino-americanas. No caso do distrito tecnológico, até o oitavo ano de funcionamento, as vantagens criadas pelo governo não tinham atraído um número considerável de empresas ligadas às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) nem a geração de empregos foi significativa. A partir de 2017, esse quadro começou a mudar, mas o aumento no valor do metro quadrado nas áreas dos distritos criativos tem sido um alerta para processos de gentrificação.

Ao contrário dos distritos tecnológico e de audiovisual, a criação do distrito das artes em 2012 foi o mais contestado. As queixas vieram dos artistas, que se sentiram prejudicados em relação à distribuição dos benefícios, e dos moradores locais, insatisfeitos com a falta de atenção do governo. O distrito das artes está localizado na região conhecida como La Boca, roteiro turístico fundamental da cidade por conta do Museu do Boca Juniors e do Caminito. O incentivo fiscal desigual e a aposta nos negócios imobiliários têm levado a uma gradativa expulsão dos moradores antigos. Esse talvez seja o melhor exemplo de como as políticas para

formação dos distritos e cidades criativas podem incentivar o desenvolvimento desigual se não forem consideradas as dinâmicas sociais e culturais das localidades²¹.

Além dos distritos criativos, desde 2012 a Argentina realiza o Mercado das Indústrias Criativas da Argentina (Mica), e o país foi o primeiro a iniciar a mensuração sistemática do setor cultural, seja por meio do Observatório de Indústrias Criativas seja com a Conta Satélite de Cultura. Também foi na Argentina que se realizou a primeira edição do Mercado das Indústrias Culturais do Sul (Micsul), em 2014, o qual será estudado em outro momento deste capítulo. Além de uma série de outras ações e programas (REIS, 2020), destaca-se que a cidade de Buenos Aires sediará a Expo23, com o tema das indústrias criativas.

Ainda que o relatório da Unctad (2010) tenha apontado a baixa adesão dos países latino-americanos à economia e às indústrias criativas, o caso da Argentina demonstra que a adoção do discurso da criatividade e do desenvolvimento é uma realidade. Os desafios do país passam pela ampliação da participação dos agentes, isto é, dos pequenos e médios produtores, garantindo a continuidade dos projetos e evidenciando que essa abordagem das políticas para a criatividade não é apenas uma retórica internacional.

3.2.2 Brasil

■ ■ ■

As políticas culturais no Brasil têm uma história repleta de idas e vindas. Albino Rubim (2008) as denomina de tristes tradições, em referência ao livro *Tristes trópicos*, de Claude Lévi-Strauss. O motivo dessa tristeza, segundo Rudim, é explicado pelas relações conturbadas entre Estado e cultura, as quais seriam caracterizadas pela ausência, pelo autoritarismo e pela instabilidade. Apesar disso, Lia Calabre (2007) traça um panorama histórico das políticas culturais no Brasil que se inicia na década de 1930, com a implementação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. A pesquisadora mostra como ao longo dos anos diversas instituições e projetos foram criados, especialmente no período dos governos militares. Em 1985, com a retomada da democracia, foi estabelecido o Ministério da Cultura (Minc) e, um ano depois, foi instituída a lei de incentivos fiscais, o principal mecanismo de financiamento no âmbito federal.

21 Em 2017 e 2018, os pesquisadores do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação concluíram o relatório da pesquisa intitulada "Movimentos sociais, cultura, comunicação e território na América Latina: estudos de experiências de São Paulo, Bogotá e Buenos Aires". No estudo sobre o processo de especulação imobiliária no bairro La Boca, os pesquisadores identificaram novas estratégias de mobilização social entre os movimentos e formas de atuação política a partir dos seus territórios.

Ao longo dos anos de 1990, o Minc resistiu às crises econômicas e às tensões políticas. A partir de 2002, segundo Lia Calabre (2007), a instituição finalmente conseguiu se tornar um verdadeiro ministério, que na ocasião estava composto pelas secretarias de Políticas Culturais, de Articulação Institucional, da Identidade e da Diversidade Cultural, de Programas e Projetos Culturais e de Fomento à Cultura. Até 2016, embora com oscilações, o Minc conseguiu a implementação da Política Nacional de Cultura Viva e a aprovação do Plano Nacional de Cultura (PNC), Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Com o objetivo de monitorar e avaliar o funcionamento do PNC, o art. 9º determinou a criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). Em 2012, finalmente foi estabelecido o Sistema Nacional de Cultura (SNC), responsável por integrar as políticas em todos os níveis da federação e promover o desenvolvimento humano, social e econômico, com pleno exercício dos direitos culturais.

Ainda que a relação entre mercado e cultura até 2002 possa ser caracterizada pela instrumentalização do Minc, sobretudo com o uso da Lei Rouanet de forma privada e concentrada (BOLAÑO; MOTA; MOURA, 2012), a partir dessa data uma outra relação entre cultura e dimensão econômica foi iniciada, sob a liderança do ministro Gilberto Gil. Isso não significou a realização de uma reforma na lei de incentivos, mas buscou ampliar o orçamento do ministério e estimular outros os vínculos entre economia e cultura. Longe das querelas acadêmicas e próximo das necessidades dos produtores culturais e artistas, Gilberto Gil expressou em diversas ocasiões as possibilidades transformadoras dessa associação.

Do ponto vista da institucionalidade das políticas culturais, o discurso sobre criatividade e desenvolvimento começou a ganhar forma e adeptos com a realização da XI Conferência da Unctad, já referida acima, e a realização do I Fórum Internacional de Indústrias Criativas, organizado em abril de 2005 (REIS, 2012). De acordo com Mariana Gonçalves Madeira (2014, p. 194), a primeira vez que o termo economia criativa apareceu em um documento público federal foi na preparação da II Conferência Nacional de Cultura, em 2010. No entanto, o texto final do Plano Nacional de Cultura (PNC) não mencionou os termos economia e indústrias criativas, embora um de seus princípios fosse o de promover a colaboração entre agentes públicos e privados para o desenvolvimento da economia da cultura²².

Entre 2011 e 2012, um grupo de especialistas liderados por Cláudia de Souza Leitão elaborou o Plano da Secretaria de Economia Criativa e logo em seguida institui-se a Secretaria de Economia Criativa (SEC) no Minc. O Plano de SEC marca de maneira definitiva a institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento no âmbito das políticas culturais brasileiras. Um aspecto curioso e até certo ponto polêmico desse documento é sua tentativa de criar uma versão nacional da economia criativa, considerando a dimensão social

22 Há um debate com posições contrárias sobre a pertinência dos termos economia da cultura e economia criativa, mas ainda pouco sistematizado. Essa questão aparecerá nas análises seguintes, especialmente entre os anos 1990 e 2010. Depois disso, o conceito de economia criativa passou a figurar solitariamente, ao menos até 2015. Nos últimos cinco anos, contudo, observa-se o aparecimento de revisões críticas.

do desenvolvimento, segundo os autores. Para tanto, deveria-se minimizar a centralidade dos direitos de propriedade intelectual nas políticas para o setor criativo, isto é, priorizar outros resultados das políticas que não apenas o valor econômico. De fato, esse tipo de pré-requisito contradiz os próprios argumentos da Unesco e Unctad sobre o potencial distributivo da economia criativa. De todo modo, como se a instabilidade fosse inerente à política cultural brasileira (RUBIM, 2008), o mesmo governo que implementou a SEC a extinguiu em 2014. Curiosamente, dois anos depois, a SEC foi reintegrada ao Minc, e o próprio Minc, por sua vez, foi dissolvido e transformado em Secretaria Especial de Cultura em 2019.

Ao mesmo tempo, desde a criação da SEC, uma série de outras instituições nos níveis estadual e municipal, como secretarias, departamentos, institutos e observatórios, foram criados para desenvolver a economia e as indústrias criativas no Brasil. Editais, programas, mapeamentos e pesquisas passaram a ser elaborados por instituições como BNDES, Sebrae, Firjan, Apex-Brasil, British Council, universidades e consultores independentes. De modo geral, a institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento é uma realidade, ainda que a falta de continuidade persevere como uma característica central das políticas brasileiras. Apesar disso, a realização da terceira edição do Micsul, na cidade de São Paulo, no final de 2018, é um indicativo de como o país busca também integrar-se ao circuito regional de produção cultural.

3.2.3 Colômbia

■ ■ ■

A institucionalização das políticas culturais na Colômbia foi iniciada em 1976, com a criação do Plano de Desenvolvimento Cultural (Colcultura), estabelecido no marco do projeto Colômbia-PNUD-Unesco (ELENA BRAVO, 2008). Entre os países da região, a Colômbia foi um dos primeiros a participar e incorporar os discursos internacionais em suas políticas, como é o caso do discurso sobre cultura e desenvolvimento. Embora as políticas culturais colombianas apresentem aspectos estruturais semelhantes ao que ocorreu na Argentina e no Brasil, a tradição democrática do país garantiu uma maior estabilidade. A melhor ilustração disso foi a inserção de uma concepção ampla de cultura como um elemento estruturante da Constituição do país e a criação da Ley General de Cultura 397, respectivamente, em 1991 e 1997.

A partir disso, a Colômbia veio estabelecendo os Planos Nacionais de Cultura, em geral com validade de dez anos, o que lhe permitiu aperfeiçoar a institucionalidade das políticas culturais, integrar e descentralizar as ações nos diferentes níveis do território e ampliar a participação civil nos processos de decisão e na elaboração dos programas. Especificamente em relação ao Plano de 2001-2010, a construção democrática, ou aquilo que Marta Elena

Bravo (2008, p. 139) chamou de “a relação do cultural com o político”, é a principal novidade do documento. Apenas como comparativo, o PNC brasileiro foi aprovado somente em 2010.

Assim como no caso brasileiro, cujo PNC explicitou a dimensão econômica da cultura, o PNC da Colômbia expressou o compromisso do Estado de vincular as políticas sociais e econômicas com o campo cultural. Esses vínculos não foram necessariamente uma novidade. O Ministério da Cultura e o Convênio Andrés Bello (CAB) publicaram o estudo *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, em 2003, o que mostra um certo pioneirismo nesse tipo de estudo que se tornou comum nos últimos anos. Além disso, também em cooperação com o CAB, a Colômbia iniciou a implementação da Conta Satélite de Cultura já em 2002. Com isso, o país passou a contar com um sistema de informação contínuo sobre a evolução econômica das atividades culturais.

Em 2008, o Ministério da Cultura publicou o *Compendio de políticas culturales*, documento que reúne todas as políticas culturais dos países, incluindo as novas políticas para a cultura digital, patrimônio imaterial, revitalização das línguas nativas, museus, arquivos e empreendimento, e indústrias culturais. Nesse último caso, embora o documento priorize o uso do termo indústrias culturais, em diversos momentos ele vem acompanhado do termo indústrias criativas. De todo modo, no organograma das indústrias culturais apresentado no *Compendio* (2008, p. 558), os domínios e os subsetores são inspirados nos modelos de classificação apresentados nos dois relatórios da Unctad sobre a economia criativa, em 2008 e 2010. Com isso, pode-se dizer que a presença do discurso sobre criatividade e desenvolvimento por meio da economia e indústrias criativas alcançou a institucionalidade nas políticas culturais colombianas no mesmo período que ocorreu na Argentina e no Brasil. No entanto, esse discurso na Colômbia assumiu literalmente uma cor local, com a ampla influência dos estudos feitos pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) com a denominada *economía naranja*.

O manifesto, intitulado *A economía laranja: una oportunidad infinita*, foi publicado em 2013 e desde então tem sido amplamente difundido pela região. Em relação à literatura relativa ao discurso sobre criatividade e desenvolvimento, o texto não traz novidades, um vez que os potenciais dessa economia tinham sido discutidos por John Howkins (2013, Jeremy Rifkin (2001) e Unctad (2008, 2010), entre outros. O que há de novo, contudo, é a tentativa de simplificar as discussões ao propor um novo adjetivo, o termo laranja, a fim de superar as divergências conceituais, como foi mostrado no primeiro capítulo.

Na verdade, a economia laranja é a economia criativa, conforme assinalado no manifesto: “a economia criativa, o que chamaremos de Economia Laranja neste livro, abrange a imensa riqueza de talentos, propriedade intelectual, interconectividade e, obviamente, o patrimônio cultural da nossa região” (BUIRAGO RESTREPO; DUQUE MÁRQUEZ, 2013, p. 10). Contudo, algumas diferenças podem ser elencadas. A primeira é o seu ambiente de origem. A economia laranja surge como um dos propósitos de ação do BID, isto é, dentro de uma instituição financeira regional. A segunda é o desprendimento das abordagens precedentes que consideram os papéis das culturas, das artes e da criatividade para o desenvolvimento

econômico e sustentável. Os idealizadores do manifesto optaram pelo uso do adjetivo laranja para acompanhar o substantivo economia, que só indiretamente faz referência ao campo de discussão. De fato, os autores apontam uma série de motivos para explicar a relação da cor laranja com processos culturais e criativos. A terceira diferença é a intenção de criar uma marca regional.

Apesar da ampla divulgação, a ideia da economia laranja parece ter encontrado apenas na Colômbia um ambiente fértil para o seu desenvolvimento, embora seja um programa que busque atingir toda a América Latina. Um dos motivos, sem dúvida, foi o fato de que os autores do manifesto, Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez, trabalharam como representantes do governo colombiano no BID. Poucos anos depois, munidos de capital simbólico pela repercussão do documento, os autores entraram no campo político nacional, o que culminou com a eleição de Iván Duque como presidente do país. Nesse processo, o discurso da economia laranja foi usado como parte do programa eleitoral, algo similar ao que ocorreu no final da década de 1990, no Reino Unido, com o governo trabalhista de Tony Blair e o programa de indústrias criativas.

Atualmente, a economia laranja está passando por níveis de institucionalização em diferentes áreas do governo, desde a inclusão na Ley de Financiamento no Plan Nacional de Desarrollo até a criação de um cargo de vice-ministro da Cultura, explicitamente dedicado às indústrias criativas e à economia laranja. Se há um campo em que o governo colombiano tem feito suas apostas para evidenciar o diferencial da economia laranja é a digitalização de bens e serviços, ou seja, a economia digital.

Ademais, o processo de institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento não se reduz à implementação do programa de economia laranja. A cidade de Medellín tem realizado projetos de referência que relacionam ações culturais e urbanização, com resultados na melhoria da qualidade de vida, pacificação e coesão social. Assim como na Argentina e no Brasil, o discurso sobre criatividade e desenvolvimento também faz parte das expectativas e promessas das políticas culturais colombianas. Do ponto de vista internacional, um exemplo foi a realização da segunda edição do Micsul, o que significa que o país deseja e tem condições de ampliar a sua participação econômica e cultural na região.

É oportuno mencionar ainda que em novembro de 2020 o governo colombiano realizou a segunda edição do Gran Foro Mundial de Artes, Cultura, Creatividad y Tecnología, com a presença virtual de muitos autores discutidos neste estudo, como John Howkins, Richard Florida, Ana Carla Fonseca, Edna dos Santos-Duisenberg, entre outros representantes da América Latina. Embora esses autores não tenham estudado a economia laranja propriamente dita, o esforço em reuni-los mostra a preocupação de situar a economia laranja dentro do discurso internacional da criatividade e do desenvolvimento.

3.2.4 Chile

O processo de institucionalização das políticas culturais no Chile não apresenta muitas diferenças em relação ao que ocorreu nos demais países da região. O processo se iniciou com a retomada da democracia nos anos 1990, portanto é algo relativamente recente. Segundo Manuel Antonio Garretón (2008), nessa época existiam cerca de trezentas leis diretamente relacionadas com o campo cultural, mas isso não significava necessariamente que houvesse um projeto de política cultural em nível nacional. Depois de uma série de debates e relatórios ao longo de década, em 2003 foi criado o Conselho Nacional de Cultura e Artes (CNCA), principal órgão responsável pelo desenvolvimento das políticas culturais chilenas.

A longa e violenta ditadura vivida pelo país explica por que o discurso sobre cultura e desenvolvimento foi o principal foco das ações do Estado, o que significou, acima de tudo, a garantia de institucionalidade e autonomia. Assim, a busca pela democratização, liberdade, renovação das instituições, descentralização e participação social durante a década de 1990 possibilitou que o Chile estabelecesse o CNCA sem receios de que o país retrocedesse. Ainda que as leis não fossem uma garantia para o funcionamento das políticas culturais, foi pela via da legalidade que o Chile passou a construir o sistema de políticas públicas para a cultura, definido por Garretón (2008) como institucionalidade fragmentada.

A despeito disso, a primeira formulação explícita feita por um governo nos anos 2000, a *Política Cultural del Gobierno del Presidente de la República Ricardo Lagos*, destacava a cultura como base material para o desenvolvimento, o que significava, entre outras coisas, considerar a sua dimensão econômica (GARRETÓN, 2008, p. 88). Também em outro importante documento de política cultural chilena, denominado *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*, as indústrias culturais e os meios de comunicação são considerados como uma nova dimensão das políticas do país. Entre 2005 e 2010 foi estabelecida a Conta Satélite da Cultura, o que permitiu um maior conhecimento da produção cultural nacional.

Embora a cultura não estivesse tão presente nos documentos do Estado, como ocorre no Brasil e na Colômbia, o Chile vivenciou um “afã institucionalizador”, segundo Cristian Antoine (2015), com a criação das leis de Exercício e Difusão das Artes, Prêmios Nacionais, Música Chilena, Fomento Audiovisual, entre outras. Em função disso o Chile foi escolhido como sede da 6ª Cúpula Mundial das Artes e da Cultura, com o tema “Tempos Criativos: Novos Modelos para o Desenvolvimento Cultural”, em 2014. Para Cristian Antoine (2015), a realização desse encontro internacional significava que de fato o país havia feito algum progresso na institucionalização das políticas culturais, ao mesmo tempo que era convocado a ampliar os vínculos com as novas necessidades.

Foi nesse período que o CNCA promoveu uma série de ações que demonstram a crescente institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento no âmbito das políticas culturais chilenas. Alguns dos principais marcos foram a realização do primeiro

mapeamento das indústrias criativas no Chile, a criação da Secretaria de Economia Criativa e o estabelecimento do Comitê Interministerial, coordenado pelo CNCA e integrado por sete ministérios, cuja missão foi a de elaborar o Plano Nacional de Fomento à Economia Criativa.

É interessante notar que o mapeamento foi inspirado na experiência do Reino Unido (DCMS, 1998) e teve por objetivo determinar o impacto do setor cultural na economia chilena. Outro aspecto relevante é que tanto o mapeamento como o Plano Nacional de Economia Criativa adotaram a definição apresentada pela Unesco (2010) e o modelo de círculos concêntricos (TRHROSBY, 2010) como referência metodológica para mensurar e planejar as políticas culturais. Esses aspectos mostram como as experiências nacionais e internacionais com as políticas para a criatividade são absorvidas e combinadas de maneiras diferentes.

Em março de 2018, entrou em vigor o Ministério das Culturas, das Artes e do Patrimônio, com uma estrutura de governança democrática e descentralizada. Entre as vinte áreas de atuação, está a economia criativa, o que indica uma atualização da institucionalidade das políticas culturais e, por sua vez, do discurso sobre criatividade e desenvolvimento. Uma curiosidade que certamente faz toda diferença no modo de atuação do novo Ministério é que, na página web dedicada à economia criativa, o governo disponibiliza o acesso ao portal Chile Mundo de Serviços, o qual auxilia os produtores culturais na exportação de produtos e serviços criativos, além de disponibilizar uma plataforma com uma série de eventos e webinários com especialistas.

Em novembro de 2020, o Ministério das Culturas e das Artes promoveu a quarta edição do Encontro de las Economías Creativas de Chile (CHEC), com ênfase nas áreas de audiovisual, artes cênicas, música, livros e editorial, arquitetura, design, artesanato e artes visuais. O evento ocorreu de maneira remota e contou com o apoio da Unesco, BID, OEI, Aliança do Pacífico, Ministério da Economia, entre outros.

3.2.5 Paraguai

■ ■ ■

A relação entre Estado e cultura no Paraguai foi marcada pela ausência e pelo autoritarismo, para usar duas expressões propostas por Albino Rubim (2008). Até 1989, quando finalmente se encerrou o regime ditatorial no país, os documentos de políticas culturais eram escassos ou inexistentes. Mas tão logo termina esse período no país, a cultura começa vagarosamente a se estabelecer como elemento fundamental para o processo de democratização. Assim, em 1991, é criada uma Subsecretaria de Estado de Cultura e, no ano seguinte, a nova Constituição do país dedicou alguns artigos à cultura, em um claro avanço para se estabelecer os direitos culturais.

O Paraguai já contava com uma série de instituições culturais, como a Biblioteca Nacional, o Arquivo Nacional e o Museu Nacional de Belas Artes, entre outras, mas ainda não havia uma política que integrasse todas essas instituições e que ainda possibilitasse emergir as criações populares e descentralizar as poucas ações do Estado. Com esse propósito, em 1992, foi criado o Primeiro Plano Nacional de Cultura, com influência decisiva do discurso sobre cultura e desenvolvimento divulgado pela Unesco e, especificamente nesse caso, o documento denominado *Década mundial para o desenvolvimento cultural* (UNESCO, 1988).

Ainda nesses primeiros anos de institucionalização das políticas culturais, a criação do Mercosul, em 1991, e o estabelecimento de uma agenda de integração na qual os bens culturais assumem um papel cada vez mais imprescindível permitiram que o Paraguai desfrutasse da cooperação regional para avançar em suas políticas. Em 1998, a subsecretaria foi alçada a Viceministério de Cultura, o que significou um relativo aumento orçamentário e um novo desenho administrativo, com a criação da Direção Geral e Promoção e Difusão das Indústrias Culturais.

No ano de 2005, foi aprovado o novo Plano Nacional de Cultura e, em 2006, foi criada a Secretaria Nacional de Cultura, em substituição ao Viceministério. Essa é, portanto, a base da atual estrutura governamental para a gestão das políticas culturais no Paraguai. Desde então, sempre com limitações orçamentárias e muitas vezes contando com o auxílio de convênios internacionais, o Paraguai veio aperfeiçoando a sua estrutura institucional até que, em 2018, foi aprovado o novo Plano Nacional de Cultura, com validade até 2023.

Foi a partir desse momento que a presença do discurso sobre criatividade e desenvolvimento nas políticas culturais paraguaias começou a se tornar mais evidente. Tanto nos eixos do Plano Nacional como no Programa de Trabalho, as indústrias culturais e criativas são mencionadas como áreas prioritárias. Contudo, há uma limitação para as ações do governo em proteger e estimular o setor cultural, embora se note a participação crescente de entidades cíveis, como é o caso da Federación de Industrias Creativas del Paraguay, responsável pela divulgação e promoção da economia criativa no país. Entre as suas ações, destaca-se a organização do Crea + Py, o mercado nacional voltado às indústrias criativas.

3.2.6 Uruguai

■ ■ ■

Em palestra conferida no IV Seminário Internacional de Políticas Culturais, na Casa Rui Barbosa, Hugo Achugar (2015) sugeriu que as políticas culturais uruguaias são de certo modo invisíveis. Alguns dos motivos dessa invisibilidade seriam de ordem política, quer dizer, candidatos a postos de poder não contemplam o setor cultural em seus discursos, e de ordem institucional, uma vez que não há um ministério de cultura no país, mas uma Direção Nacional de Cultura, ligada a um super Ministério de Educação e Cultura, Ciência e Tecnologia, Justiça,

Direitos Humanos e Registros. Apesar disso, a estabilidade democrática do país e a existência de instituições consolidadas apontam uma presença duradoura, com relativa continuidade das políticas culturais, o que é raro na região.

Assim como os demais países sul-americanos, o Uruguai também passou por um golpe de Estado nos anos 1970, mas o regime estabelecido foi de natureza civil-militar, ou seja, a presidência do país continuou sendo ocupada pelo presidente eleito democraticamente. Com a retomada da democracia, foi criada em 1985 a Direção Nacional de Cultura, principal órgão de promoção de políticas culturais do país. Apenas como comparativo, o Ministério da Cultura do Brasil foi criado nesse mesmo ano, mas desde 2016 veio passando por uma série de ataques, até que foi extinto em 2019. Além dessa instituição de abrangência nacional, a Intendência Municipal de Montevideu (IMM) pode ser considerada a segunda instituição responsável por políticas culturais, uma vez que o Uruguai tem uma concentração populacional na capital.

Talvez seja por conta dessa estabilidade institucional que o discurso sobre cultura e desenvolvimento ainda se mantenha como o principal foco das políticas culturais no país. Isso não quer dizer que a relação entre cultura e economia não seja pensada pelos agentes públicos e intelectuais. Os trabalhos dos pesquisadores Luis Stolovich (2013) e Hugo Achugar (1994) defenderam a dimensão econômica da cultura, seja no nível local, seja no supranacional. Contudo, diferentemente do que ocorreu nos últimos dez anos na região, o discurso sobre criatividade e desenvolvimento via economia e indústrias criativas tem se instituído mais vagarosamente nas políticas culturais do Uruguai. Ao menos do ponto de vista das políticas culturais, essa é uma exceção entre os países da América do Sul.

Entretanto, em 2019, a Direção de Planejamento do Estado apresentou o documento *Hacia una Estrategia Nacional de Desarrollo – Volumen XIII – Las industrias creativas en el desarrollo del Uruguay del futuro*, em que as indústrias criativas são pensadas como uma política de desenvolvimento a longo prazo, até 2050. Diferentemente de outros planos, essa estratégia de desenvolvimento envolve um modelo de governança com os diversos ministérios e secretarias do governo, incluindo a Direção Nacional de Artes, a Direção Nacional de Indústria e a Direção Nacional de Telecomunicações, entre outros. O documento busca primeiramente situar as indústrias criativas e entender a situação do Uruguai nesse contexto. Em um segundo momento é feito um exercício de projeção de cenários futuros e um mapa estratégico.

Entre todos os países analisados nesta pesquisa, o Uruguai parece ser um dos poucos que consideraram a abordagem transversal da economia criativa, como foi repetidamente recomendado nos relatórios da Unctad (2008, 2010). Outra diferença importante é que a institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento não tem ocorrido necessariamente pelas políticas culturais, mas por meio de uma política multissetorial. Essa multiplicidade de origens da iniciativa – isto é, não somente a partir das secretarias ou ministérios de cultura, mas de uma casa civil, para usar um exemplo brasileiro – pode ser uma forma mais adequada de se pensar as políticas para a criatividade. É certo que o caso do Uruguai precisará

ser colocado à prova, mas a perspectiva a longo prazo do plano estratégico já é uma maneira singular de abordar esse tema.

Assim como a Colômbia e o Chile, o Uruguai manteve a agenda de encontros do Mercado de Industrias Culturales y Creativas de Uruguay (Micuy), entre os dias 4 e 6 de dezembro de 2020. O Micuy foi realizado por meio de uma plataforma digital, a partir da qual 235 participantes, entre vendedores e compradores, puderam realizar mais de cem reuniões de negócio. Segundo os organizadores, haverá a segunda edição virtual do Micuy em março de 2021. Além do mercado nacional, o Uruguai sediará a quarta edição do Micsul.

Com esse breve levantamento procurou-se mostrar a institucionalização das políticas culturais nos países sul-americanos, assim como a adesão ao discurso internacional da criatividade e desenvolvimento. Com isso, foi possível identificar algumas características comuns na região. Uma primeira característica é que as políticas culturais têm sido o lugar preferencial para se pensar ações que envolvem a economia e as indústrias criativas, mas em alguns países existem experiências iniciais de políticas interministeriais, sobretudo no Chile e no Uruguai. A segunda característica comum é que os planos e programas tendem a seguir as abordagens apresentadas nos relatórios da Unctad e Unesco, embora tanto no Brasil como na Colômbia se tenha buscado criar uma versão nacional para a economia criativa. No primeiro caso, o Plano da SEC declarava que a realidade brasileira era incompatível com os direitos de propriedade intelectual; no caso colombiano, o uso do nome economia laranja pretendeu não só se distanciar das polêmicas conceituais como criar uma marca de gestão governamental e regional.

A terceira característica é que os países analisados têm uma estrutura de governança parcialmente estável, o que implica em avanços e retrocessos repentinos. Para Dennis de Oliveira (2014), essa instabilidade permanente está relacionada com o padrão de concentração global do capital. Diferentemente dos países desenvolvidos, em regiões como América do Sul, as grandes empresas operam em constante pressão e impõem diversos constrangimentos ao poder público. Trata-se, segundo Oliveira, de uma espécie de “ação direta do capital”, capaz de convencer a opinião pública que a desregulação dos direitos, dos serviços públicos e a destruição na natureza são justificáveis em nome do crescimento econômico. Em todo caso, a análise indica que na última década a região deu um salto qualitativo em suas políticas culturais.

Além disso, nota-se que as associações civis e as parcerias com o setor privado são cada vez mais presentes, tanto na proposição como na contestação das ações. Os distritos criativos da Argentina e os programas desenvolvidos pelo Sebrae no Brasil e os modelos de gestão a partir de organizações sociais (OS) são exemplos dessa forma de construção e execução de políticas públicas. A quarta característica comum é o entendimento de que o setor cultural precisa de outras metodologias para medição, análise e interpretação para aferir o impacto social. Nesse sentido, o caminho frequentemente trilhado pelos países tem sido o estabelecimento das Contas Satélites de Cultura, embora não exista consenso entre os governos para criar uma base de dados padronizada e indicadores comuns.

Por fim, esse breve estudo mostrou que há uma agenda de política cultural nos países sul-americanos e essa agenda é fortemente influenciada pelo discurso internacional da criatividade e do desenvolvimento, ou seja, pelas perspectivas das indústrias criativas e da economia criativa. Na verdade, percebe-se que nos documentos de política dos países sul-americanos ocorre uma confluência dos discursos das políticas nacionais, em especial do Reino Unido e da França, e internacionais, representadas pela Unesco e Unctad. A região é um polo de recepção de novas ideias estrangeiras, mas também se reconhece a necessidade de valorizar as experiências próprias, com o entendimento da dinâmica cultural singular de cada país.

Na seção seguinte, o estudo das políticas culturais será momentaneamente pausado enquanto construímos um panorama das indústrias criativas e culturais na América do Sul. Os dados, notadamente dispersos, são provenientes de pesquisas feitas pelos governos, pelas instituições internacionais, universidades e iniciativas particulares, por isso o propósito não é buscar uma coerência entre as fontes, mas ampliar o nosso conhecimento sobre as indústrias criativas e culturais na região sul-americana.

3.3 AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS E CULTURAIS NO MERCOSUL

■ ■ ■

As mensurações das atividades comerciais de produtos e serviços criativos realizadas pelas instituições das Nações Unidas mostraram que os níveis de crescimento do setor, em geral, eram superiores aos setores tradicionais da economia, ou constantes em períodos de recessão. Os dados divulgados pela Unctad (2008, 2010) indicam um certo padrão de participação global, quer dizer, as economias desenvolvidas exportam 56% do total de produtos criativos e 83% do total de serviços criativos. Ademais, o informe da Unctad de 2017²³, com dados de 2015, apontou que a China é disparadamente a maior exportadora de produtos criativos, seguida pelos Estados Unidos e França. Assim, embora haja uma tendência de concentração nos países desenvolvidos, a Unctad sugere que há um movimento de diferenciação.

Os dois gráficos a seguir mostram as taxas de crescimento entre 2003 e 2015 dos países desenvolvidos e em desenvolvimento para sete domínios criativos. Verifica-se um maior volume de crescimento nos países em desenvolvimento, o que confirma a preponderante participação da China. As áreas que mais chamam atenção são as de design e artes visuais, com taxa superior aos países desenvolvidos. Apesar dessa superioridade no período, os números permanecem desiguais em relação ao montante. É interessante notar, contudo, que há uma maior participação dos países em desenvolvimento na exportação de impressos, como livros e revistas, áreas tradicionais das indústrias culturais.

23 Disponível em: <https://Unctadstat.Unctad.org/EN/Infographics.html?theme=creative-check>. Acesso em: 20 out. 2020.

Figura 9

Níveis de participação das economias desenvolvidas
e em desenvolvimento entre 2003 e 2015

Fonte: UNCTAD Stat. Economias desenvolvidas (gráfico à esquerda);
UNCTAD Stat. Economias em desenvolvimento (gráfico à direita)

No gráfico a seguir é possível verificar os valores e a participação nas exportações de produtos criativos no mundo. Além dos níveis praticamente constantes de crescimento, como já foi comentado, o que mais se destaca é a presença do domínio de design, que para a Unctad corresponde às atividades de arquitetura, moda, vidrarias, design de interior, joalheria e brinquedos. Em números totais, as exportações de produtos criativos chegaram a 577 bilhões de dólares.

Figura 10

Valores das exportações de produtos
criativos entre 2002 e 2015

Fonte: UNCTAD Stat. Mundo

Quando se observa o comportamento das exportações por região onde está a maior parte dos países em desenvolvimento, nota-se que a Ásia concentra a produção de produtos criativos, conforme a representação da Figura 11. Já na relação dos vinte maiores exportadores em 2015, a tendência de concentração fica mais evidente quando se nota que não há nenhum país latino-americano, embora oito países pertençam ao grupo dos países em desenvolvimento. Isso é significativo, pois nos relatórios da Unctad (2008, 2010), com dados de 2002 a 2008, o México aparecia entre os vinte maiores exportadores. Com isso, percebe-se que, na tendência de crescimento das indústrias criativas e culturais verificadas desde 2002, a América Latina tem reduzido sua participação.

Figura 11

Exportação de produtos criativos nas economias em desenvolvimento

Fonte: Unctad (2010), com base em dados oficiais do COMTRADE (ONU)

Ainda em dados gerais de comércio e emprego, o *Primeiro mapa global das indústrias culturais e criativas*, encomendado pela Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores (Cisac), em comemoração aos dez anos da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da Unesco, mostra a situação da América Latina no contexto mundial. Em número totais, a região ocupa a penúltima posição, com receita de 124 bilhões de dólares e 1,9 milhão de empregos.

Figura 12

Receitas e empregos totais na América Latina e Caribe

Fonte: EY (2015). Analysis of cultural and creative markets

Na próxima representação gráfica é possível acompanhar como esses montantes de receitas e empregos estão distribuídos pelos subsetores das indústrias criativas e culturais. Com quase metade do valor, o subsetor de televisão é o que mais se destaca na geração de receitas, sendo o Grupo Globo, no Brasil, o Grupo Televisa, no México, e o Grupo Clarín, na Argentina, as principais empresas multimídia de região, os maiores responsáveis pelas receitas geradas. No entanto, os empregos do setor em sua maioria são criados pelas áreas de artes visuais, arquitetura e livros, justamente os setores com menor faturamento.

Figura 13

Receitas e empregos totais distribuídos por subsectores

Fonte: EY (2015). Analysis of cultural and creative markets.

O *Mapa global* ainda destaca os potenciais da região nas áreas de música, literatura, cinema, festas e festivais, mas alerta para a necessidade de aproveitar os novos modelos de negócios surgidos com a digitalização das indústrias criativas. Além disso, o documento aponta como a digitalização pode favorecer a proteção dos direitos autorais²⁴. De acordo com o relatório global da Cisac (2019), em 2018, a arrecadação de direitos autorais chegou a 9,65 bilhões de euros. Conforme a representação na Figura 14, a América Latina e Caribe ocupam a quarta posição, com uma arrecadação de 525 milhões de euros, o que em moeda brasileira corresponderia a um valor aproximado de 3,5 bilhões de reais, considerando a cotação para o mês de outubro de 2020.

24 No segundo capítulo discutiu-se brevemente sobre as implicações do Acordo TRIPs para a regulação dos direitos intelectuais. Foi assinalado, inclusive, que a simples proteção não significa maior distribuição e equilíbrio.

Share of global collections by region (EUR million)

Figura 14

Arrecadação global de direitos autorais em 2018

Fonte: Confederação Internacional das Sociedades de Autores (CISAC)

Os dados de comércio, empregos e receitas com arrecadação dos direitos autorais são apenas alguns dos indicadores possíveis para avaliação da dimensão econômica e social do setor criativo, mas eles já sugerem uma posição periférica dos países latino-americanos no fluxo internacional de bens e serviços culturais. Essa posição, contudo, não significa que o setor criativo regional não seja dinâmico, com oportunidades reais para negócios e participação democrática. Por isso, antes de emitir alguma conclusão, é preciso olhar para os dados disponíveis e tentar identificar se a região apresenta condições para reduzir as assimetrias locais e ampliar a participação internacional.

Um quadro mais detalhado da situação da América Latina pode ser conferido na compilação publicada pelo BID, denominada *Economía creativa en América Latina y el Caribe*, em 2018. Nesse documento encontra-se uma síntese da participação geral dos países a partir de uma série de indicadores. Essa compilação foi elaborada com base em estudos precedentes, como *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica* (2014), no âmbito da Cepal e OEI, e *Creative economy outlook: trends in international trade in creative industries*, produzido pela Unctad em 2018, além de estudos feitos pelo Convênio Andrés Bello ou pelos sistemas nacionais de informação cultural.

Na representação da Figura 15, elaborada a partir de informações trazidas pelo relatório do BID (2018), observa-se o número total de empregos diretos e formais do setor cultural em alguns países vinculados ao Mercosul e a porcentagem em relação ao total de empregos dos países. A quantidade de empregos gerados pelo Brasil é superior aos demais países, embora a proporção em relação aos empregos totais seja uma das mais baixas. O relatório não trouxe a quantidade de empregos culturais da Colômbia, mas a porcentagem em relação ao total é de 2,1%.

Figura 15

Empregos no setor cultural da América do Sul por país

Fonte: Gráfico elaborado pelo autor a partir do relatório *Economía Creativa en América Latina y el Caribe* (2018)

Na representação da Figura 16, pode-se acompanhar o total de exportações de produtos e serviços criativos, em bilhões de dólares, e o percentual em relação às exportações totais dos países. O gráfico permite observar que o Brasil é responsável por aproximadamente 59% das exportações de produtos e serviços criativos na região. É interessante notar que nesses dois indicadores, emprego e comércio, o Chile ocupa a segunda posição, apesar de ser o quarto país da América do Sul com o maior PIB. Deve-se considerar, contudo, que esses dados são provenientes de diversas fontes, metodologias e períodos de mensuração.

Figura 16

Exportações de produtos e serviços criativos e culturais por país

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do relatório Economía creativa en América Latina y el Caribe (2018).

De fato, a produção de indicadores transversais é extremamente complicada. Exceto pelos dados de emprego e comércio, o relatório do BID não conseguiu apresentar outros indicadores possíveis de comparação entre os países. Ainda que a região tenha avançado nos processos de medição, monitoramento e harmonização dos setores, prevalece a incompatibilidade entre os dados produzidos. De todo modo, a seguir buscaremos reunir algumas informações disponíveis e organizá-las a partir dos seis domínios culturais do Marco de Estatística Culturais (MEC) da Unesco (2009), cujo propósito é apresentar um quadro mais realístico de cada país.

3.3.1 Patrimônio natural e cultural

■ ■ ■

O domínio do patrimônio natural e cultural, que inclui museus, sítios arqueológicos, paisagens culturais e patrimônio natural, é composto por atividades totalmente relacionadas às indústrias culturais. O ramo de museus ocupa a segunda camada do modelo de círculos concêntricos e os serviços de patrimônio ocupam a terceira camada, denominada de indústrias culturais amplas (THROSBY, 2010). Na Argentina, o domínio de patrimônio material criou 23,8 mil postos de trabalho no ano de 2019 e manteve uma participação de 2% do valor

agregado bruto cultural²⁵. No Brasil, por sua vez, o segmento denominado de patrimônio e artes gerou 14.170 vagas de trabalho no ano de 2017, mas o relatório da Firjan não informa o percentual do segmento em relação ao total, embora se estime que o PIB criativo brasileiro em 2017 tenha sido de 171,5 bilhões de reais (FIRJAN, 2019).

Os dados do Chile em relação ao número de empregos no domínio de patrimônio apontam quase vinte mil vagas no ano de 2011, sendo a grande maioria permanentes (CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA E DE LAS ARTES, 2014). A Colômbia recentemente fez a atualização dos dados culturais por meio da Conta Satélite de Cultura e Economia Laranja. Em 2019, estima-se que o domínio das artes e patrimônio colombiano tenha gerado 596.448 vagas de trabalho e 163 milhões de dólares²⁶. Deve-se frisar, porém, que a metodologia de classificação colombiana, assim como a da Firjan (2017), considera o domínio das artes do patrimônio de maneira conjunta, o que resulta em um volume maior de empregos e receitas.

A situação do Paraguai é um pouco mais difícil de verificar, uma vez que os dados são escassos. De todo modo, o relatório de gestão da Secretaria Nacional de Cultura, entre 2018 e 2019, informa que o valor investido nos sítios e monumentos históricos foi de pouco mais de 1 milhão de dólares (SECRETARÍA NACIONAL DE CULTURA, 2019). No caso do setor de patrimônio do Uruguai não foi possível identificar mensurações que apresentem os dados econômicos e empregos, apesar de ser um campo de atuação historicamente estável dentro do Ministério de Educação e Cultura. O guia de atividade do patrimônio publicado em 2020²⁷ mostra a importância desse domínio para o país.

3.3.2 Apresentações e festivais

■ ■ ■

As apresentações e festivais constituem as atividades de artes cênicas, música, festivais, feiras e festas. A participação desse domínio no setor cultural argentino é de 12%, com a geração de 27,3 mil empregos, sendo que a maior parte dessas vagas não resultaram em registro em carteira²⁸. Diferente da Argentina, o Brasil não possui uma Conta Satélite de Cultura, por isso os dados mais recentes foram publicados pela Firjan no *Mapeamento da indústria criativa no Brasil* (2019). Embora esse mapeamento seja fundamental, ele não capta todas as

25 Disponível em: www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=61. Acesso em: 25 out. 2020.

26 Disponível em: www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-2014-2019pr#empleo. Acesso em: 25 out. 2020.

27 Disponível em: www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/comunicacion/publicaciones/guia-actividades. Acesso em: 25 out. 2020.

28 Disponível em: www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=61. Acesso em: 25 out. 2020.

atividades do domínio. Assim, as atividades de música e artes cênicas, segundo o mapeamento da Firjan, geraram cerca de 22.280 postos de trabalho em 2017, mas esse número poderia ser muito maior se fossem analisadas as grandes festas nacionais, como carnaval e festas juninas, além dos festivais internacionais que ocorrem anualmente.

Além disso, dependendo da metodologia e da fonte de dados, perde-se uma série de informações importantes. Apenas para ilustrar esse fato, de acordo com o relatório da Cisac (2019), o Brasil arrecadou 194 milhões de euros em direitos autorais, o que daria um pouco mais de um bilhão de reais, em cotação de outubro de 2020. De acordo com o relatório da Abramus de 2018, a sociedade de arrecadação captou no exterior cerca 584 mil reais, beneficiando 1.100 titulares brasileiros (ABRAMUS, 2018), sendo que o setor musical teria 71.521 pequenos negócios ligados à música (SEBRAE, 2015). Ainda segundo a avaliação de impacto da Lei de Incentivos Fiscais, entre 1993 e 2018, as atividades de música e artes cênicas geraram cerca de 22 bilhões de reais, o que daria mais de 1 bilhão de reais por ano (FGV PROJETOS, 2018).

A participação desse domínio na economia chilena não é fácil de distinguir, mesmo com a publicação da *Atualização do impacto econômico do setor criativo*, em 2016. Embora a relação de empregos no setor criativo seja a mais alta se comparada aos demais países da região, como foi assinalado acima, o relatório não traz a relação de emprego por domínio criativo. Já a Colômbia estima que cerca de 71.396 pessoas trabalham na área de artes visuais e artes cênicas²⁹. No caso do Paraguai, a área da artes e patrimônio, o que inclui artes cênicas e espetáculos, contaria com 6.722 empregos em 2016, o que significa cerca de 13,62% dos empregos criativos (CIRD, 2019). Em relação ao Uruguai, o problema é que o último relatório da Conta Satélite de Cultura, com dados de 2012, não traz a relação de empregos do domínio de apresentações e festivais, apesar de serem destacados alguns dados sobre a participação da música gravada e das artes cênicas (DIRECCIÓN NACIONAL DE CULTURA, 2012).

3.3.3 Artes visuais e artesanato

■ ■ ■

O domínio das artes visuais e artesanato inclui as belas artes, a fotografia e o artesanato. Essas atividades ocupam o núcleo criativo do modelo de círculos concêntricos e o núcleo das indústrias culturais. De acordo com as mensurações da Conta Satélite de Cultura da Argentina, esse domínio contribui com 2% do valor agregado bruto e com 1,5 mil empregos³⁰

²⁹ Disponível em: www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-2014-2019pr#empleo. Acesso em: 25 out. 2020.

³⁰ Disponível em: www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=61. Acesso em: 26 out. 2020.

no setor cultural do país. A participação desse domínio na economia brasileira é mais difícil de identificar, uma vez que o país não conta com um sistema oficial de análise setorial. Sabe-se, no entanto, segundo a análise de impacto econômico da Lei de Incentivos Fiscais, que as atividades de artes visuais geraram um valor de mais de 5 bilhões de reais entre 1993 e 2018. Outra possibilidade de entender o comportamento do mercado de artes brasileiro é o projeto Latitude, que, embora não mencione os valores comercializados e a quantidade de pessoas empregadas, traz uma série de informações sobre as características desse ramo de atividades³¹.

As informações sobre o domínio de artes visuais e artesanato no Chile não foram disponibilizadas no último relatório da Conta Satélite. A Colômbia, por sua vez, apresenta o número de 71.396 pessoas ocupadas nas áreas de artes cênicas e artes plásticas³². Embora o relatório *Diagnóstico cuanti y cualitativo de la economía naranja en paraguay*, encomendado pelo BID, traga um conjunto de informações sobre a estrutura do setor cultural paraguaio, ainda não é possível identificar a participação de cada um dos domínios propostos pelo MEC da Unesco em relação ao conjunto da economia, o número de vagas de trabalho e o perfil das empresas. Essa situação também se repete no caso do Uruguai.

3.3.4 Livros e imprensa

■ ■ ■

De acordo com o MEC, o domínio de livros e imprensa inclui o mercado de livros, jornais, revistas, materiais impressos, bibliotecas e feiras de livros. Para usarmos o modelo de círculos concêntricos, são atividades pertencentes à segunda e à terceira camada das indústrias culturais. Assim como nos demais domínios, as informações sobre os indicadores econômicos e a ocupação na Argentina são as mais atualizadas. O segmento de livros e publicações constitui 12% do valor agregado e gerou cerca de 37,1 mil empregos em 2019.

No Brasil, o ramo editorial criou 54.678 postos de trabalho em 2017, segundo o relatório da Firjan (2019). Em complemento, os dados da produção e vendas do setor editorial brasileiro apontam que em 2018 foram vendidos aproximadamente 350 milhões de livros, sendo que o faturamento nesse mesmo ano foi de um pouco mais de 5,1 bilhões de reais (CBL, 2018). Contudo, esses números são inferiores aos anos de 2016 e 2017. O Brasil é ainda o único país da América Latina a ter duas editoras na listas das cinquenta maiores do mundo.

A avaliação do ramo editorial feita pela Conta Satélite de Cultura e Economia Laranja da Colômbia aponta que foram gerados aproximadamente 28.977 empregos em 2019, entre

31 Disponível em: <http://latitudebrasil.org/pesquisa-setorial/>. Acesso em: 26 out. 2020.

32 Disponível em: www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-2014-2019pr#empleo. Acesso em: 26 out. 2020.

assalariados e independentes. O relatório aponta que o domínio editorial criou receitas de 800 mil dólares em 2019. As principais fontes de dados sobre a dimensão econômica da cultura nas contas nacionais não apresentam dados sobre o Paraguai. Em relação ao Uruguai, segundo os dados disponíveis no último levantamento da Conta Satélite de Cultura do país, em 2012, o número de postos de trabalho no domínio editorial chegou a 1.239, com uma produção de 115 milhões de dólares (DIRECCIÓN NACIONAL DE CULTURA, 2012, p. 52). Nos relatórios mais recentes publicados pela Cepal (2014) e pelo BID (RODRÍGUEZ OLIVA, 2018) não foram disponibilizadas informações mais atualizadas.

3.3.5 Mídia audiovisual e interativa

■ ■ ■

Esse domínio inclui as atividades clássicas das indústrias culturais e as novas mídias, sendo elas filmes, vídeos, TV, rádio, *streaming*, internet e jogos eletrônicos. São atividades que fazem parte da segunda e terceira camadas do modelo de círculos concêntricos e sua forma de geração de valor está relacionada com os direitos autorais e conexos. A mensuração feita pela Conta Satélite da Argentina considerou o valor agregado do audiovisual e conteúdo digital, o que totalizou 46% do total em 2019³³. O número de postos de trabalho também é o maior entre as atividades avaliadas, com a geração de 113 mil vagas. Sem dúvida, como visto na seção anterior, tanto a tradição cinematográfica do país como a criação dos distritos criativos, entre eles o de audiovisual e o tecnológico, contribuem para essa centralidade do domínio de mídia e interação.

No caso brasileiro, a medição da Firjan (2019) mostrou que em 2017 o audiovisual e a área de tecnologias da informação e comunicação empregaram cerca de 164.299 pessoas. Os dados sobre esse domínio são abundantes, embora dispersos. Em todo caso, os relatórios produzidos pela Agência Nacional do Cinema (Ancine) mostram a evolução do audiovisual no país na última década. De acordo com o resumo preparado pela superintendente de análise de mercado, Luana Rufino (2018), em 2017, o Brasil contava com 3.223 salas e tinha um dos maiores públicos em salas de exibição do mundo. Desde 2011, o país lança mais de cem títulos por ano, com investimentos crescentes do Fundo Setorial de Audiovisual e recursos incentivados. Ainda segundo esse levantamento, em 2016, o audiovisual criou cerca de noventa mil postos de trabalho.

A análise do mercado de TV feita pelo Mapa Global das Indústrias Culturais e Criativas (2015) mostra que em 2013 o Brasil teve uma receita de 13,7 bilhões de dólares. Essa posição, contudo, vem sofrendo mudanças, uma vez que as receitas com anúncios vêm caindo ao

33 Disponível em: www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=61. Acesso em: 26 out. 2020.

longo dos últimos anos por conta da migração dos recursos para a internet (CISAC, 2019) e o crescimento da participação das plataformas de *streaming*. Estima-se que em 2022 o faturamento da Netflix no Brasil ultrapassará o da Rede Globo (COSTA, 2020), superando a marca dos 10 bilhões de dólares anuais.

Ainda no campo digital, o estudo *Los videojuegos no son un juego*, produzido pelo BID (LUZARDO et al., 2019) mostra como a América Latina é um dos maiores mercados globais e como o Brasil, junto com a Argentina e a Colômbia, lidera esse ramo de atividades, que em 2017 gerou aproximadamente 7 bilhões de dólares na região. Apesar de ocupar a 11ª posição no mercado global de jogos eletrônicos em 2015, o relatório produzido pela Ancine (2016) argumenta que a indústria brasileira se encontra em estágio incipiente e pouco profissionalizada, além de não existir um órgão governamental específico que promova o setor.

O domínio da mídia audiovisual e interativa colombiano foi mensurado por meio das atividades de audiovisual, mídias digitais e *softwares*. Essas atividades representam a maior parcela das receitas e vagas de trabalho no setor criativo do país. Em 2019, o valor agregado bruto cultural na Colômbia foi de aproximadamente 3,6 milhões de dólares e as ocupações no setor atingiram o número de 45.845 vagas³⁴. No caso chileno, em 2015, o ramo do audiovisual exportou 1.072.586 dólares, o rádio e a televisão exportaram 7.217.149 dólares e o ramo de jogos eletrônicos exportou 216.868 dólares (Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes, 2016).

Os dados sobre a estimativa de empregos no Paraguai considerou as atividades classificadas como criações funcionais, novas mídias, *software* e indústrias culturais convencionais, o que totalizou cerca de 42.492 empregos remunerados no ano de 2016. O comércio exterior de bens das indústrias criativas e culturais entre 2017 e 2018 alcançou uma média de 42,4 milhões de dólares. Outra característica do setor criativo paraguaio é que o conteúdo digital corresponde a 34,6% do total de receitas entre 2008 e 2016 (BID, 2019). Já os dados de empregos no ramo do audiovisual do Uruguai, no ano de 2012, apontam cerca de 5.286 postos de trabalho, o que inclui as categorias de produção e pós-produção, distribuição, projeção, rádio e televisão. Em relação ao ingresso de receitas no mesmo ano, o total foi de 166 milhões de dólares (SICSUR, 2016).

34 Disponível em: www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-2014-2019pr#empleo. Acesso em: 27 out. 2020.

3.3.6 *Design* e serviços criativos

O sexto e último domínio é o de *design* e serviços criativos, correspondente às atividades de moda, *design* gráfico, *design* de interiores, paisagismo, serviços arquiteturais e propaganda. São atividades em sua maior parte pertencentes à camada das indústrias relacionadas, do modelo de círculos concêntricos, embora o *design* pudesse perfeitamente ser considerado uma atividade do núcleo criativo. A medição realizada pela Argentina incluiu as atividades de publicidade, com 14%, e desenho, com 10% do valor total em 2019. Os empregos totais nessas duas áreas chegaram a 101,6 mil vagas de trabalho³⁵.

O domínio de *design* e serviços criativos avaliado pela pesquisa da Firjan (2019) considerou as atividades de moda, *design*, arquitetura, publicidade e marketing. Essas atividades foram classificadas no seguimento de consumo e teriam gerado cerca de 366.352 empregos em 2017. O estudo traz uma série de informações sobre as características dessas profissões, como salário e distribuição territorial, mas não avaliou os dados de comércio. Ainda assim, de acordo com o Data Center da Unctad, o *design* é disparadamente o ramo de atividade criativa que mais exporta, sendo que em 2015 o Brasil exportou 2,6 bilhões de dólares. Apenas como comparação, a Argentina, que assim como Brasil faz parte do circuito internacional da cidades do *design* da Unesco, exportou 12 milhões de dólares em 2015.

As exportações chilenas nas áreas de arquitetura, *design* e publicidade chegaram a pouco mais de 20 milhões de dólares, de acordo com o Conselho Nacional de Cultura e das Artes (2016). Já o valor agregado bruto das atividades de *design* e publicidade nas contas colombianas foi de aproximadamente 12,4 milhões de dólares, com uma estimativa de emprego de 135.869 postos no ano de 2019³⁶. No caso do Paraguai, o *Diagnóstico cuanti y cualitativo de la economía naranja en Paraguay* (2019) mostra que as áreas de *design*, publicidade, arquitetura e restauração correspondem a 13,2% do total do valor agregado bruto para o ano de 2016 e a estimativa de empregos para o grande seguimento denominado de criações funcionais foi de 21.889. Por último, os dados mais atualizados sobre as atividades de *design* no Uruguai mostram que em 2015 foram exportados cerca 18 milhões dólares, segundo o Data Center da Unctad, o que representa 90% do valor total.

Esse aprofundamento nos dados sobre receita e emprego vistos em cada um dos domínios culturais ofereceu uma visão mais detalhada sobre as dinâmicas de alguns indicadores culturais dos países mercosulenhos. Foi possível demonstrar como na última década os países

35 Disponível em: www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=61. Acesso em: 28 out. 2020.

36 Disponível em: www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-2014-2019pr#empleo. Acesso em: 28 out. 2020.

não só iniciaram os processos de avaliação dos setores criativos e culturais como alcançaram uma maior participação. Contudo, esse processo de crescimento das indústrias criativas e culturais é subestimado ou dificultado pela reduzida coordenação e cooperação entre os países quando os temas são metodologia de mensuração e definição dos indicadores econômicos e culturais. Ainda assim, notou-se que houve uma predominância no uso do MEC da Unesco, o que de alguma forma permite estabelecer níveis de comparação.

Em síntese, verifica-se que o setor das indústrias criativas e culturais apresenta uma tendência de concentração e, ao mesmo tempo, indícios de diferenciação e diversidade. Ainda que haja uma concentração nos países desenvolvidos, na última década alguns países em desenvolvimento aumentaram a participação nos fluxos de bens e serviços criativos. No entanto, quando se observa apenas o grupo de países em desenvolvimento, a tendência de concentração se desloca para a região da Ásia, mesmo com um crescimento significativo de outras regiões, como é o caso da América Latina.

Esse processo antitético de concentração e diferenciação de certo modo se reproduz em outras escalas. Na macrorregião da América Latina e Caribe, por exemplo, os países sul-americanos têm uma posição de liderança na maior parte dos setores criativos. Ademais, quando se observam os dados dos países do Mercosul, o Brasil e a Argentina concentram as receitas, empregos e participação. Se se reduz essa escala, a dinâmica da concentração se mantém, com a liderança das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Buenos Aires, embora se observe que as cidades de Bogotá, Santiago e Montevideu ampliaram consideravelmente a sua presença na região.

Feito esse breve estudo sobre os níveis de participação dos principais países da sub-região, a próxima seção será dedicada ao estudo da política cultural supranacional, ou melhor, à institucionalidade do discurso sobre criatividade e desenvolvimento no Mercosul e, especialmente, no Mercosul Cultural. Em seguida, será feita uma análise de um programa específico desenvolvido dentro da instituição supranacional, o Mercado das Indústrias Culturais do Sul (Micsul).

3.4 MERCOSUL CULTURAL

■ ■ ■

3.4.1 Institucionalização

■ ■ ■

Na primeira seção deste capítulo vimos que a criação do Mercosul em 1991 significou tanto a permanência de um ideário de integração e autonomia cultivado desde o início do século XIX como a atualização de um modelo econômico centrado na liberalização dos mercados e na redução do papel do Estado como regulador e benfeitor. Essas duas visões sobre o Mercosul marcaram a sua história ao longo de suas quase três décadas de existência. Ainda na primeira fase do bloco, também conhecida como regionalismo aberto, estabeleceu-se a Reunião de Ministros da Cultura (RMC), que na qualidade de foro negociador de alto nível aprovou o *Protocolo de Integração Cultural* (PIC) no dia 16 de dezembro de 1996, em Fortaleza, estado do Ceará. Com isso, iniciaram-se os trabalhos do Mercosul Cultural (MC).

A criação do Mercosul Cultural, de certo modo, reproduz essas duas visões sobre a função que bloco regional deveria ter. Gregório Recondo (1997, p. 27) o entendia como “os ventos que reconstroem a utopia da América das pátrias que sonharam nossos libertadores”, isto é, para o diplomata argentino, a dimensão histórico-cultural deveria ser o fundamento do processo de integração regional, sem o qual as dimensões políticas e econômicas não teriam como se realizar. Para Hugo Achugar (1994 p. 217), por sua vez, a cultura dentro do Mercosul precisaria desempenhar duas funções, a econômica, identificada com as indústrias culturais, e a simbólica, comunicacional e identitária.

De uma maneira ou de outra, a aprovação do PIC, cinco anos depois do estabelecimento do bloco, já assinalava um descompasso entre os interesses comerciais e industriais propriamente ditos e as expectativas com o setor cultural. Entretanto, não se deve tomar esse

tímido protagonismo do setor cultural nos primeiros anos do Mercosul apenas como falta de vontade por parte dos tomadores de decisões. O estudo feito na seção dedicada às políticas culturais e a institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento mostrou que a década de 1990 foi marcada pela tentativa de estabelecer uma estrutura básica para que os estados pudessem viabilizar políticas públicas de cultura a partir de um marco democrático.

O fato é que os vinte artigos do PIC³⁷ instauraram uma agenda significativa, com destaque para o artigo III, o qual estabelece que “Os Estados Partes favorecerão as produções para cinema, vídeo, televisão, rádio e multimídia, sob o regime de coprodução e co-distribuição, abrangendo todas as manifestações culturais”. Os demais artigos preveem ações como intercâmbio e cooperação entre instituições e agentes culturais; circulação de artistas, produtores, pesquisadores e gestores culturais; ações nos campos do patrimônio histórico e cultural; harmonização dos critérios de catalogação, registro e preservação; e criação de um banco de dados atualizado. Para tanto, foram estabelecidas as Comissões Técnicas de Patrimônio, Redes de Informação, Capacitação e Indústrias Culturais, configurando-se, dessa forma, o que pode ser considerado o primeiro organograma institucional do Mercosul Cultural.

Ao lado das Comissões Técnicas de Redes de Informação e Indústrias Culturais, em 1996 foi criado o Parlamento Cultural do Mercosul (Parcum), cujo objetivo era compatibilizar as legislações dos países para viabilizar a circulação de bens e serviços culturais, a gestão dos direitos de propriedade intelectual, promover as indústrias culturais e implementar os meios de comunicação para difusão cultural (SOARES, 2008, p. 61). Nota-se, portanto, que até esse momento o Mercosul Cultural opera dentro do discurso sobre cultura e desenvolvimento, no qual as indústrias culturais tradicionais são um dos principais focos das políticas culturais.

Nesse sentido, o melhor balanço da situação das indústrias culturais dentro do bloco regional foi apresentado no livro *Indústrias culturais no Mercosul*, organizado pelo Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, em 2003. O livro trouxe os dados parciais de um projeto de pesquisa atribuído a Octavio Getino, em 2000, intitulado “As indústrias culturais no Mercosul: incidência econômica e sociocultural, intercâmbios e políticas de integração regional”. Além disso, o organizador da publicação, Gabriel O. Álvarez, reuniu outros estudos sobre a situação da Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Chile, e adicionou comentários de alguns convidados, como Carlos Juan Moneta e Néstor García Canclini.

As conclusões gerais dos autores acenam para quatro pontos. O primeiro é a dispersão e a insuficiência de dados do setor cultural nas contas nacionais, resultando na necessidade de criar um sistema de informações culturais. Essa necessidade viria a ser parcialmente suprida em 2011, com a criação do Sistema de Informação Cultural do Mercosul (Sicsul), resultado, por sua vez, dos dois seminários sobre o Sistema de Informação ocorridos em 2006, na Venezuela,

37 Disponível em: www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-mistas/cpcms/oqueomercosul.html/cmc11.html. Acesso em: 29 out. 2020.

e em 2007, na Argentina³⁸. Apesar da dificuldade em obter os dados, o segundo ponto é que as indústrias culturais e os setores relacionados contribuíram naquela data com até 3% do PIB dos países participantes do Mercosul e criaram cerca de um milhão de empregos.

O problema, contudo, é que os países apresentam um déficit na balança comercial, quer dizer, importam mais do que exportam; por isso, e este é o terceiro ponto, as iniciativas de integração seriam uma alternativa para inverter essa posição desfavorável. O detalhe, porém, é que essas iniciativas de integração precisariam considerar a dimensão regional e as assimetrias no interior dos próprios países. O quarto ponto é que as políticas deveriam ser discutidas tanto para as grandes empresas, as quais têm maior inserção no mercado global, como para as pequenas e médias empresas, mais suscetíveis às oscilações do mercado e maiores geradoras de postos de trabalho.

Em avaliações posteriores, alguns estudiosos, falando do ponto de vista das relações internacionais, viram o lento processo de criação de políticas culturais no Mercosul com grande pessimismo (SOARES, 2008; ESCOBAR, 2006). No entanto, para outros avaliadores (LESSA, 2010), a institucionalização da cultura no bloco regional alcançou níveis significativos, sobretudo quando se considera a ausência dessa modalidade política e pública em propostas de integração anteriores. De fato, a situação de instabilidade das políticas culturais na maior parte do países latino-americanos é uma realidade, mas a partir dos anos 2000 observa-se uma ampla evolução das políticas culturais nacionais, o que se refletirá no próprio Mercosul Cultural.

A primeira dessas mudanças está relacionada com o que Briceño Ruiz (2012) designou de retorno ao tema do desenvolvimento, com um reposicionamento do Estado como condutor dos processos econômicos e sociais. Esse processo esteve relacionado com a emergência de governos progressistas na região na primeira década do milênio. A segunda mudança é a presença do discurso sobre criatividade e desenvolvimento. Esse discurso teve origem nos países anglo-saxões na década de 1990, foi assimilado pelas instituições das Nações Unidas, o que permitiu uma ampla divulgação, e vem sendo implementado ou traduzido pelas políticas nacionais em diversas regiões do mundo.

No caso do Mercosul Cultural, o marco de adesão ao discurso sobre criatividade e desenvolvimento ocorreu em 2008, com a aprovação da *Declaração de Integração Cultural do Mercosul* (DICM) pelos representantes da Argentina, Brasil, Bolívia, Chile, Equador, Colômbia, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela³⁹. Na verdade, esse documento é triplamente importante. Em primeiro lugar, ele é uma atualização fundamental do Protocolo de Integração Cultural, o que mostra a permanência da cultura nas preocupações das autoridades nacionais. Em segundo lugar, a Declaração reafirma os compromissos assumidos pelos Estados nacionais

38 Disponível em: https://oibc.oei.es/pt/proyectos_de_csc. Acesso em: 20 out. 2020.

39 Disponível em: <http://mercosurcultural.org/index.php/documentos/2016-06-22-03-53-56/decisiones-mercosur-cultural>. Acesso em: 20 out. 2020.

em 2001 e 2005, com a ratificação da Declaração sobre a Diversidade Cultural e da Convenção para a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. A partir desse momento, o Mercosul poderia implementar políticas para fortalecer os setores criativos e culturais sem ser penalizado pelas regras da OMC.

O terceiro ponto é que, posteriormente à aprovação da DICM, foram criadas, em 2010, a Secretaria do Mercosul Cultural, com sede em Buenos Aires, e, em 2014, a segunda estrutura orgânica do Mercosul Cultural. Com isso, estabeleceram-se as comissões de Diversidade Cultural, reflexo da Declaração da Unesco, e de Economia Criativa e Indústrias Culturais, o que consolidou o discurso sobre criatividade e desenvolvimento no bloco regional, e o Sistema de Informação Cultural do Mercosul (Sicsul), em resposta a uma necessidade antiga da instituição. Dessa forma, o Mercosul Cultural se integra definitivamente aos discursos das políticas culturais internacionais.

Foi ainda em 2014 que se iniciou o Mercado das Indústrias Culturais do Sul (Micsul), talvez o principal programa regional voltado aos pequenos e médios produtores, empreendedores, artistas e inovadores. O Micsul foi criado para ser uma plataforma regional capaz que acolher os “criadores simbólicos”, para usar a expressão de David Hesmondhalgh (2015), e, ao mesmo tempo, reavivar a antiga ideia de integração entre os países da região. Essa integração, por sua vez, depende necessariamente de uma maior participação internacional dos produtores, criadores e tomadores de decisões e de uma maior distribuição regional e local, isto é, no interior dos países.

Na seção seguinte será apresentado o histórico do Micsul e, na sequência, será feita a análise da terceira edição do evento, que ocorreu na cidade de São Paulo, em novembro de 2018.

3.5 MERCADO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS DO SUL

■ ■ ■

No segundo capítulo desta pesquisa foram apresentadas as quatro estratégias de abordagem das políticas culturais (BELL; OAKLEY, 2015). Essas estratégias possibilitaram o estudo das políticas culturais como discurso, os quais foram referidos aqui como cultura e desenvolvimento, e criatividade e desenvolvimento. O estudo desses discursos só foi possível porque as políticas culturais têm parte de sua materialidade registrada em textos, como os relatórios, os acordos, as declarações e as convenções. Além das modulações discursivas, a leitura e análise desses materiais também evidenciaram o processo relativamente tardio de institucionalização das políticas culturais na América do Sul. Feito esse percurso, a próxima seção será dedicada ao estudo da política cultural como prática, para retomar a quarta estratégia de abordagem proposta por David Bell e Kate Oakley (2015, p. 68).

Entre as políticas culturais que mais geraram expectativas sobre os possíveis benefícios econômicos e culturais para a região sul-americana pode-se mencionar o Mercosul Cultural. Não é possível dizer que ao longo dos seus 25 anos o Mercosul Cultural tenha alcançado todo o seu potencial, mas pode-se sustentar que ele proporcionou alguns avanços institucionais e práticos, sobretudo, nesse último caso, por meio do Micsul. A criação de um mercado regional de bens e serviços culturais foi defendida como um passo necessário para que a cultura desempenhasse as duas funções que Hugo Achugar (1993) havia proposto no início da década de 1990, isto é, a função econômica e a função cultural.

Por isso, o estudo do Micsul como prática de política cultural é uma etapa fundamental desta pesquisa. Pretende-se, portanto, que os conhecimentos sobre os conceitos e noções de indústria cultural, indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa, tratados ao longo do primeiro capítulo, e o estudo dos discursos das políticas culturais internacionais e nacionais no segundo e no presente capítulo possibilitem interrogar qual é o modelo de

desenvolvimento das indústrias criativas e culturais no Mercosul e quais seriam os desafios e as suas possibilidades para os próximos anos.

3.5.1 Histórico do Micsul

■ ■ ■

A construção do Micsul foi marcada pelo diálogo e colaboração entre os dez países participantes do bloco regional: Argentina, Brasil, Bolívia, Colômbia, Chile, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela. As conversas iniciais ocorreram em agosto de 2012, durante o Primeiro Encontro de Administração de Dirigentes Culturais do Cone Sul, e o lançamento oficial do Micsul ocorreu em maio de 2013, na cidade de Buenos Aires, precisamente na abertura do Mercado das Indústrias Criativas da Argentina (Mica). Dessa forma, a criação do mercado regional foi antecedida e, de certo modo, inspirada na experiência do mercado nacional argentino. Nessa data, portanto, definiu-se que a primeira edição do Micsul seria na cidade de Mar del Plata, Argentina, de 15 a 18 de maio de 2014.

A realização da primeira edição do Micsul movimentou os setores culturais dos países mercosulenhos e participantes internacionais, especialmente os pequenos e médios produtores envolvidos com as áreas de audiovisual, editorial, musical, de artes cênicas, jogos eletrônicos e *design*. O encontro contou com a participação das delegações dos dez países sul-americanos, totalizando oitocentos compradores e vendedores. Além disso, estiveram presentes cerca de oitenta compradores vindos de diversos países, como Espanha, Japão, Finlândia, Reino Unido, Estados Unidos e China. A programação do encontro foi composta por mais de quinhentas reuniões de negócio, oito encontros de organizações latino-americanas, além de *shows*, seminários, conferências, desfiles e *performances*⁴⁰. Mesmo que não se saiba com exatidão os valores negociados e o montante total investido, as avaliações dos organizadores sugerem que a primeira edição do Micsul promoveu a integração regional de pessoas, comércio, símbolos e processos institucionais.

Para o diretor de Indústrias Culturais do Ministério de Cultura da Nação, Rodolfo Hamawi⁴¹, “O Micsul é um filho direto dos processos de integração regional e é a mostra categórica do papel da cultura como ferramenta de integração” (tradução nossa). Entre os principais dados disponíveis na época, Rodolfo Hamawi destacou os 45 acordos comerciais na área de *design*, a presença de 150 produtores audiovisuais, quinze canais públicos de televisão, oito festivais de cinema, debates entre trinta rádios e televisões públicas e o êxito

⁴⁰ Disponível: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/cultural-industries-market-south>. Acesso em: 11 nov. 2020.

⁴¹ Disponível em: www.telam.com.ar/notas/201405/63661-micsur-mar-del-plata-cierre-balance.html. Acesso em: 11 nov. 2020.

na área de artes cênicas, com cerca de 60% de acordos concluídos entre os participantes das rodadas de negócio.

Em função das expectativas geradas em torno da primeira edição do Micsul, ainda em 2014, a Colômbia se comprometeu com a organização da segunda edição, prevista para 2016, e o Brasil manifestou interesse em sediar a terceira edição, em 2018. Firmada a agenda futura do mercado regional, caberia aos países promover as condições para que as empresas e artistas pudessem aperfeiçoar seus modelos de negócios e assim ampliar as suas oportunidades no mercado regional.

Passados dois anos, de 24 a 27 de agosto de 2016, ocorreu a segunda edição do Micsul, na cidade de Bogotá, Colômbia. Assim como a edição anterior, a iniciativa para realização do encontro partiu do Ministério de Cultura e contou com a participação dos dez países membros ou associados ao Mercosul. Conceitualmente, a segunda edição foi semelhante ao primeiro encontro, tanto nas seis áreas das indústrias criativas e culturais escolhidas para representar o setor cultural como na forma de organização, com as rodadas de negócio, palestras, espetáculos e desfile de moda. Ademais, a organização colombiana aproveitou a ocasião para exibir o seu maior potencial econômico, as artes cênicas, com o lançamento da plataforma digital Palco.

Em números gerais, participaram da segunda edição do Micsul 406 compradores e vendedores da sul-americanos, entre os quais mais de sessenta eram compradores internacionais. Além disso, o encontro contou com a participação de mais de três mil pessoas durante os quatro dias programação. Foi durante o encontro de Bogotá que o Brasil reafirmou o seu compromisso em sediar a terceira edição do mercado regional.

A terceira edição do Micsul ocorreu entre os dias 5 e 11 de novembro de 2018, na cidade de São Paulo. Na realidade, há uma controvérsia se o evento que ocorreu em São Paulo, denominado poucos meses antes do encontro de MicBr, foi uma edição nacional, tal como ocorre na Argentina com o Mica, ou se foi a continuidade da série de encontros do Micsul. Parte dessa confusão pode ser verificada nos materiais de comunicação do evento⁴². À parte isso, a explicação para essa mistura de nomes está relacionada com a instabilidade política na região.

A origem desse problema se encontra no interesse da União de Nações Sul-Americanas (Unasul) em participar mais efetivamente da organização do Micsul. Embora a ideia para construção do mercado regional tenha surgido nas reuniões do Mercosul Cultural, na Ata da Reunião de Conclusões do Micsul de 2014, Rafael Follonier, assessor da presidência da Argentina, lembrou “que o Micsul foi aprovado na Reunião de Ministros da Unasul, celebrada na cidade de Lima, em 2013”. Desde então, a Unasul disponibilizou pouco mais de cem mil dólares para montagem de *stands* dos países integrantes do órgão. Isso ocorreu na segunda edição do encontro e também ocorreria na edição brasileira, tanto é que em dezembro de 2017, por meio do Fundo de Iniciativas Comuns, foi liberado o valor de 120 mil dólares para a montagem de stands dos países durante o

42 Disponível em: www.facebook.com/Micsul2018/. Acesso em: 11 nov. 2020.

Micsul 2018 (UNASUR, 2017). O uso dessa verba, no entanto, traria uma série de problemas para a organização brasileira, considerando o ambiente político da época.

Uma das questões, por exemplo, seria a de considerar a participação da Venezuela, sócia da Unasul e afastada do Mercosul. Além disso, como o organismo regional havia financiado a montagem de parte da edição colombiana, surgiu a alegação de que o Micsul era uma atividade da Unasul. Em entrevista concedida ao autor, Andrea Guimarães⁴³ descreve do seguinte modo o contexto dessa notícia:

Tudo que se referia a Unasul parou. Só que a gente tinha deles era aqueles dez mil dólares para cada país, e que não sabíamos como incorporar esse dinheiro para poder usar. Estávamos quase dispensando esse valor. Mas alguns países se apegaram a esse orçamento, e diziam que o Micsul fazia parte do plano de trabalho da Unasul, ainda que o Micsul não fosse da Unasul. Por isso começaram a dizer que não podia fazer o Micsul.

O contexto do relato de Andrea Guimarães foi o da saída do Brasil e de mais cinco países da Unasul, em retaliação à Venezuela, que ocupava a presidência pro *tempore* e não nomeou o secretariado geral da instituição. Para contornar esses obstáculos e não prejudicar ainda mais o planejamento dos outros países, o Minc optou por usar o nome Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR) e, assim, desvincular-se das alegações da Unasul. A partir disso, iniciou-se efetivamente a organização do encontro regional, com o estabelecimento das fontes de financiamento, sendo aproximadamente três milhões de reais do próprio Minc, 1,1 milhão da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e cerca de cem mil do BNDES.

Para os fins desta pesquisa, considera-se que o MICBR é, na verdade, a terceira edição do Micsul. Essa consideração é feita a partir da análise documentação do Micsul, como é o caso da Ata da Reunião de Conclusões do Micsul de 2014, na qual os representantes dos dez países concordaram com a agenda futura do encontro regional e com as declarações públicas por parte de autoridades brasileiras. Em entrevista ao autor, Andrea Guimarães contou mais detalhes sobre o processo de organização das edições do mercado regional, o que confirma, de fato, que a edição brasileira foi uma adaptação necessária e conveniente do Micsul:

Na verdade, já existia a previsão de fazer o MICBR desde 2016, como está na nota técnica que a Secretaria de Políticas Culturais fez para a segunda edição do Micsul. Foi manifestado o interesse de fazer o MICBR em 2017, seguindo o que a Argentina fazia com o Mica. O Ministro Sérgio Sá Leitão insistiu que teríamos que fazer a edição nacional, e então dissemos: nós vamos mudar o nome, mas vamos continuar incorporando, abraçando e acolhendo os países do Micsul. Tanto é que eu falava Micsul o tempo inteiro, não conseguia assimilar o nome MICBR. E aí decidimos fazer o MICBR com a aparência do Micsul.

43 A entrevista com a servidora pública Andrea Guimarães foi concedida ao autor no dia 14 de dezembro de 2020, por meio da plataforma Zoom. A entrevistada participou da comissão de organização da primeira edição e foi uma das principais responsáveis pela participação do Brasil na segunda edição e pela organização da terceira edição.

Feita essa breve digressão, nota-se que o encontro em São Paulo trouxe ao menos duas novidades. A primeira foi a ampliação das áreas de interesse do mercado regional, contemplando as atividades de artes cênicas (circo, dança e teatro), audiovisual (cinema, TV, publicidade e novas mídias), animação e jogos eletrônicos, *design*, moda, editorial, música, museus e patrimônio, gastronomia, e artes visuais. A segunda foi a criação de uma extensa programação voltada à formação profissional dos participantes do evento.

Em termos gerais, a terceira edição do Micsul contou com mais de duzentas atividades e participaram 406 empresas e instituições dos oito países sul-americanos – Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru e Uruguai – e dos países convidados – Estados Unidos, Canadá, México, Rússia, Reino Unido, Coreia do Sul, entre outros. De acordo com os organizadores, ocorreram aproximadamente três mil reuniões nas rodas de negócio, sendo que as palestras, oficinas, mesas-redondas, atividades de mentoria e sessões de *networking* receberam mais de oito mil inscrições. Ainda segundo o Relatório Final das Rodadas de Negócio (2018), o Micsul gerou cerca de 20 milhões de reais em negócios e criou 414 novos postos de trabalho nas empresas.

Durante a Reunião de Chefes de Estados do Mercosul, realizada entre 15 e 17 de julho de 2019, na Argentina, os ministros da Cultura se comprometeram a dar continuidade com o Micsul, sendo que a próxima edição ocorreria em 2020, no Uruguai⁴⁴. No entanto, por conta de mudanças no quadro político uruguaio e pela emergência da pandemia causada pela Covid-19, a quarta edição do Micsul foi adiada para 2021, mas até o presente momento não tem data prevista para ocorrer.

3.5.2 O modelo de desenvolvimento do Micsul

■ ■ ■

Ao longo do primeiro e do segundo capítulo apresentaram-se os principais modelos de classificação das indústrias criativas, assim como diversos indicadores quantitativos e qualitativos. Alguns desses indicadores, inclusive, foram analisados nas seções anteriores, como os níveis de comércio e emprego nas indústrias criativas sul-americanas. Essas ferramentas metodológicas possibilitam circunscrever o setor criativo e cultural e ajudam na organização de dados que exprimem a contribuição da cultura e da criatividade para o desenvolvimento sustentável. Em outras palavras, são ferramentas que auxiliam o reconhecimento da situação de países e regiões e fundamentam a proposição de políticas públicas, por isso são ferramentas fundamentais para a análise da política cultural como prática.

44 Disponível em: www.cultura.gob.ar/la-cultura-fue-protagonista-de-la-cumbre-de-jefes-de-estados-del-mercosur_7966/. Acesso em: 12 nov. 2020.

Dito isso, o propósito desta subseção é fazer uma análise detida da terceira edição do Micsul para compreender qual é o modelo de desenvolvimento das indústrias criativas e culturais no Mercosul. A análise será elaborada com base nas metodologias de classificação (UNESCO, 2009; THROSBY, 2010), indicadores (UNESCO, 2014a), aplicação de formulário com os participantes, entrevista e análise das matérias jornalísticas produzidos antes e durante o encontro. Ressalta-se, ainda, que o formulário segue o método *survey*, com amostragem não probabilística (VELUDO-DE-OLIVEIRA, 2001) e que as matérias foram extraídas do *website micbr.cultura.gov.br*.

Como dito anteriormente, a edição brasileira do Micsul contou com um número menor de países mercosulenhos e teve um aumento de seis para dez áreas das indústrias criativas culturais. No primeiro caso, a redução de dez participantes para oito, com a ausência da Bolívia e da Venezuela, revela como em 2018 os países estavam se distanciando dos compromissos assumidos com a Declaração de Integração Cultural do Mercosul. Neste período, o Brasil também se encontrava em uma situação de crise política e econômica. Em 2016, durante o governo interino, o Ministério da Cultura do Brasil (Minc) voltou a ser fundido ao Ministério de Educação depois de três décadas de autonomia; dias depois o governo decidiu revogar a medida provisória e recriar o Minc. Em dois anos, até dezembro de 2018, quatro ministros ocuparam o cargo.

A terceira edição do Micsul, portanto, não poderia deixar de refletir essas tensões políticas e os efeitos da crise econômica que se arrastava desde 2008. Vistas em perspectiva, para Briceño Ruiz (2018) as recentes mudanças políticas na região seriam um indicativo do fim da era do regionalismo pós-hegemônico. A eleição de Mauricio Macri na Argentina, a queda do Partido dos Trabalhadores no Brasil, a eleição de Lenin Moreno e posterior afastamento do partido Alianza País, no Equador, e a profunda crise política e econômica na Venezuela sinalizariam um retorno à lógica do regionalismo aberto, a qual vigorou na década de 1990 e só foi alterada com a “virada à esquerda” na região.

No formulário enviado para os participantes das rodadas de negócio, entre maio e outubro de 2020, o respondente 37, em relação à questão “Qual o papel do mercado regional para o desenvolvimento do setor das indústrias criativas e culturais?”, expressou as tensões daquele final de ano. O seu depoimento, de maneira sensível, mostra as contradições entre o mercado regional como espaço de integração e essa nova – porém conhecida – perspectiva de regionalismo apontada por Briceño Ruiz:

Ou por exemplo a ausência da Bolívia e da Venezuela nas rodadas de negócio, ou mais alarmante ainda, na cerimônia de abertura, na qual dançarinos e dançarinas vestidas com as bandeiras dos países, pendurados no teto em uma bela acrobacia, assumindo uma narrativa Sul-Americana, como se todos os países estivessem presentes (tradução nossa).

De todo modo, as três edições do Micsul ocorreram nesse período em que a maneira do conceber o regionalismo dava sinais de mudanças. Na representação a seguir (Figura 17) é

possível verificar a distribuição das cidades de origem das 406 pequenas e médias empresas e associações que participaram do Micsul. Um aspecto que merece destaque é a maior presença de argentinos, brasileiros e colombianos, o que corrobora os apontamentos das seções anteriores sobre a institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento nesses três países.

Figura 17

Distribuição territorial das empresas
participantes do Micsul 2018

Fonte: elaborado pelo autor

A presença da Argentina mostra como o país-sede do Mica e pioneiro na promoção das indústrias criativas reconhece a importância de atuar regionalmente. A destacada participação colombiana indica como o país organizador da segunda edição do Micsul tem cada vez mais se tornado uma referência na região, sobretudo com a atual política federal dedicada à economia laranja. Já a presença brasileira mostra uma maior distribuição pelo território, ao contrário dos outros países, que apresentam maior concentração nas capitais⁴⁵. Além disso, a adesão ao mercado regional indica o interesse brasileiro em ampliar a inserção internacional dos produtores e criadores nacionais, como expressou o produtor teatral Orlângelo Leal⁴⁶, em entrevista ao *site* do encontro: “nosso objetivo é ampliar o contato com produtores de outras localidades e trabalhar para assegurar o êxito das turnês que faremos em 2019 e em 2020”.

Em relação à ampliação dos seguimentos criativos e culturais, de seis seguimentos, nas edições anteriores, para dez seguimentos, na edição brasileira, nota-se um esforço para consolidar o mercado regional, com o entendimento de que os países poderiam aumentar a participação no comércio de bens e serviços criativos. Formalmente, o Micsul recebeu

⁴⁵ Neste link disponibilizamos a localização das cidades de origem das empresas participantes do Micsul: <<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1nwoeoPCPP-0hAizvIDBahwzrdmAQ8FG3&usp=sharing>>.

⁴⁶ Disponível em: <http://micbr.cultura.gov.br/noticia/producao-das-artes-cenicas-brasileiras-sera-destaque-no-micbr>. Acesso em: 19 nov. 2018.

empresas que atuam nas seguintes áreas: artes cênicas (circo, dança e teatro), audiovisual (cinema, TV, publicidade e novas mídias), animação e jogos eletrônicos, design, moda, editorial, música, museus e patrimônio, gastronomia e artes visuais. Assim, em termos comparativos, pode-se dizer, inicialmente, que o modelo de classificação do Micsul é semelhante ao Modelo de Círculos Concêntricos (THROSBY, 2010; UNESCO, 2013). A única exceção é que o Micsul não incluiu a área de arquitetura.

No entanto, no levantamento realizado com os 406 participantes das rodadas de negócio⁴⁷, isto é, as pequenas e médias empresas inscritas pelas delegações dos países participantes, incluindo as empresas convidadas, verificou-se um leque de atividades bem mais amplo do que a chamada oficial propunha. Para captar essa diversidade, utilizou-se o Marco de Estatísticas Culturais da Unesco (2009), o qual contempla seis domínios, com um total de 34 atividades ou subsetores. O resultado final desse levantamento mostrou a proporção dos participantes por domínios e por subsetores, conforme os gráficos das Figuras 18 e 19.

Figura 18

Proporção de domínios das ICC participantes do Micsul 2018

Fonte: elaborado pelo autor

Os dois domínios com mais representantes no Micsul foram os de *performance* e *celebração*, com 134 participantes, e audiovisual e mídia interativa, com cem participantes. Já entre os subsetores, os de artes performáticas, filme e vídeo, livros e música tiveram o maior número de representantes. Entretanto, ao todo, o Micsul contou com a presença de pequenas e médias empresas de vinte áreas diferentes, número superior às áreas oficiais do mercado regional. Assim, se a ampliação de seis para dez áreas já significou uma mudança do Micsul em relação às edições anteriores, a constatação de que o encontro atraiu produtores, artistas e empreendedores ligados a outras atividades sugere que o modelo do Micsul tem potencial para ampliar o seu recorte das indústrias criativas. É significativo que essa demanda por ampliação venha do próprio setor criativo regional.

⁴⁷ Esse levantamento foi realizado em novembro de 2020 e desenvolvido com base na descrição do perfil da empresa em seus respectivos websites e redes sociais.

No exercício de classificação da Figura 20, os subsetores participantes do Micsul 2018 foram alocados segundo o modelo de círculos concêntricos. Contudo, ao invés de dois círculos, um para as indústrias criativas e outro para as indústrias culturais (UNESCO, 2013), optou-se por manter apenas um círculo, uma vez que a distinção entre essas indústrias é cada vez menos significativa, seja para representar as pequenas e médias empresas, seja para se referir às grandes corporações. Outro ponto que deve ser mencionado é a proposição de um novo círculo, denominado de indústrias transversais, para alocar as múltiplas possibilidades da digitalização e da internet por todas as camadas do círculo e pelas cadeias de valores de cada uma das atividades.

É certo, porém, que não basta ampliar as áreas sem verificar em que medida essas atividades podem aprofundar as relações e os intercâmbios entre os produtores regionais, considerando que nem todos podem competir em condições similares. Infelizmente, o Micsul não construiu uma base de dados que permita conhecer os níveis de relação, as trocas comerciais e as parcerias firmadas durante e depois do encontro. Mesmo assim, o levantamento que tem sido feito nesta pesquisa mostra indicadores de que a tendência do Micsul é manter um escopo abrangente, inclusive com atuação em áreas não previstas no Marco de Estatísticas Culturais da Unesco, como se verá ao longo da análise.

De fato, um aspecto fundamental do setor criativo é que as empresas buscam diversificar as possibilidades de atuação, ao mesmo tempo que procuram se especializar. Assim, trata-se de um setor com intensa inovação, especialmente nas áreas relacionadas às mídias e tecnologias digitais. Por isso, em mercados multissetoriais como o Micsul, a oferta de produtos e serviços tende a ser maior do que o potencial de compra. Na enquête enviada para os participantes, em relação à questão “Qual o papel dos mercados regionais para o desenvolvimento do setor das indústrias criativas e culturais?”, o respondente 15 reforça essa característica: “Minha experiência no Brasil 2018 me deixou a sensação de que havia muitas empresas de pequena escala como a minha com mais coisas para oferecer do que empresas com capacidade de comprar serviços ou bens” (tradução nossa).

Contudo, entre as 57 respostas recebidas, de um universo de 406 participantes, 28 empresas disseram ter comprado mais de um produto ou serviço durante o Micsul, o que reforça a tendência de maior oferta, mas não descarta o potencial de compra e venda. Inclusive, o Relatório Final das Rodadas de Negócio (2018) apontou que cerca de 20 milhões de reais foram negociados durante o Micsul e que a expectativa ao longo dos doze meses seguintes seria de alcançar aproximadamente 55 milhões de dólares. Em outro trecho, o respondente 15 comentou: “Conversei com os representantes de muitos empreendimentos de escala semelhante a minha empresa, os quais estavam na mesma situação que a minha, ou seja, tentando vender algo ou gerar alguma parceria para potencializar, mas com pouca capacidade de compra” (tradução nossa). O interessante desse excerto do depoimento é a ideia de “gerar alguma parceria”, isto é, construir redes de relacionamento.

Realmente, a construção de redes talvez seja um dos principais indicadores do Micsul. O Relatório Final das Rodadas de Negócio (2018) tentou mensurar a quantidade de reuniões dos participantes com os países mercosulenhos e convidados. Abaixo segue um gráfico (Figura 21) com o resultado do levantamento.

Figura 21

Proporção de reuniões de negócios realizadas pelos países no Micsul 2018

Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados do Relatório Final das Rodadas de Negócio (2018)

Já no formulário enviado para os participantes, a maioria absoluta das 57 respostas à pergunta “Qual o papel dos mercados regionais para o desenvolvimento do setor das indústrias criativas e culturais?” mencionou a possibilidade de criação de redes como um dos benefícios do mercado regional. Para ilustrar, o respondente 51 propôs: “Acreditamos que esta é uma instância valiosa para conhecer pessoas e fazer redes com outras indústrias criativas a nível nacional e internacional, além de visualizar nosso próprio empreendimento” (tradução nossa). Já o respondente 22 acrescentou: “É necessário para nosso desenvolvimento regional poder ter essas instâncias para o contato e desenvolvimento de nossas comunicações e apresentações” (tradução nossa).

Entre os muitos exemplos de iniciativas para criação de redes no Micsul, é ilustrativo o caso da *designer* de moda Katherine Cubilla, do Paraguai, cuja associação com outras *designers* da Argentina e da Colômbia e uma empresária brasileira propiciou as primeiras conversas para realizar um desfile de primavera-verão para o ano de 2019, nos Estados Unidos⁴⁸.

Para captar a perenidade dessas microrredes criadas durante o encontro, foi realizada a pergunta “Entre as empresas que você conheceu no Micsul, com quais você ainda mantém relação/parceria?”. Entre os 57 respondentes, 39 disseram manter relação com uma ou mais empresas, com um total de 138 agentes envolvidos. No entanto, não foi possível identificar o volume de negócios concluídos depois do encontro nem os projetos em andamento. Novamente, a ausência de dados e a falta de avaliação permanente das políticas dificultou o conhecimento de uma dimensão mais profunda das relações que se iniciaram durante o mercado regional. O respondente 19, em resposta à questão “Qual o papel dos mercados regionais para o desenvolvimento do setor das indústrias criativas e culturais?”, traduziu

⁴⁸ Disponível em: <http://micbr.cultura.gov.br/>. Acesso em: 19 nov. 2018. Atualmente o site está fora do ar, mas todas as notícias do evento foram armazenadas pelo autor em 2018.

justamente essa questão: “Devem criar uma ferramenta que mantenha os contatos e as relações entre os participantes e que seja uma espécie de comunidade para unir os países e os negócios” (tradução nossa).

Feitas essas primeiras considerações sobre o modelo de desenvolvimento do Micsul, é possível apontar algumas características. A primeira é a continuidade do encontro, mesmo em um contexto político conturbado. A segunda é que as empresas participantes atuam em áreas muito mais diversas do que o modelo oficial propunha, por isso o mercado regional precisaria considerar a diversidade dos agentes. A terceira característica é o fato de o Micsul ser um espaço em que a oferta de produtos e serviços criativos predomina em relação à demanda. A quarta se refere ao potencial para formação de redes entre os pequenos e médios produtores.

Em continuidade à análise do Micsul, outras características podem ser apontadas, mas com a ressalva de serem dados parciais, por isso sem a pretensão de constituir uma amostra probabilística. Dito isso, no gráfico a seguir (Figura 22) verificam-se as áreas contempladas pela programação do Micsul e classificadas a partir do Marco de Estatísticas Culturais da Unesco (2009).

Figura 22

Distribuição da programação do Micsul 2018 por áreas

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da programação oficial do Micsul.

Observa-se que a maioria dos subsetores do MEC foi contemplada com uma ou mais atividades, como oficinas, painéis, palestras e debates, mas a maior parte foi direcionada à capacitação profissional. Entre as atividades específicas, a área de festivais, feiras e festas foi a que mais recebeu uma programação direcionada, seguida das áreas de moda e bem-estar, o que reflete a maior presença de participantes do domínio de *performance* e celebração. Além disso, o Micsul organizou ao menos três oficinas dedicadas às tecnologias de imersão, como a *Extended Reality* (XR), mas que não foram inseridas no gráfico por conta da incompatibilidade com o MEC da Unesco. Assim, ao contrário da chamada oficial, que propunha dez áreas das indústrias criativas, a programação do Micsul se estruturou em consonância com a diversidade de seguimentos participantes.

Ainda em relação à programação do Micsul, uma outra forma de visualizá-la é por meio da nuvem de palavras (Figura 23). Para tanto, aplicou-se a ferramenta de análise de conteúdo e lexicometria nos títulos da programação oficial⁴⁹, a partir da qual foram selecionados 107 eventos, com um corpus de 794 ocorrências. Com isso, foi possível gerar uma nuvem de palavras que mostra uma maior presença do substantivo “economia” e do adjetivo “criativo”. Nesse último caso, o adjetivo “criativo” parece ser central, o que indica se tratar de um termo estrutural da programação do Micsul.

Figura 23

Nuvem de palavras da
programação do Micsul 2018

Fonte: Elaborado pelo autor

Sintomaticamente, na terceira edição do encontro se percebe que a letra C da sigla Micsul não significa mais o adjetivo “cultural”, mas o adjetivo “criativo”, ou seja, por meio da programação se nota que o nome mais adequado do encontro regional seria o de “Mercado das Indústrias Criativas do Sul”. Na literatura sobre o tema, a substituição da palavra “cultura” pela palavra “criatividade” é cercada de uma série de polêmicas, como mencionado no primeiro capítulo. Entre as contribuições mais recentes, Justin O’Connor (2016) discutiu no ensaio “After the creative industries: why we need a cultural economy” como a palavra “criatividade” tem se esvaziado de sentido ao enfatizar a linguagem do crescimento econômico, da inovação e das finanças. Mas não só, pois o autor propôs ainda que o apagamento das palavras cultura e arte diminuiria a própria vitalidade da economia criativa.

49 A nuvem de palavras foi gerada no *software* Iramuteq a partir do corpus de 794 palavras.

Ainda que para alguns essa discussão signifique apenas uma querela semântica, é inevitável que esse e outros debates precisarão ser realizados nas próximas edições do mercado regional, sobretudo com a emergência de novos protagonismos no setor cultural. Ao menos é o que sugere a considerável presença feminina no mercado regional, contribuindo com 44,6% de 406 participantes. Ainda que não se possa comparar com as edições passadas do Micsul, é possível utilizar como referência a pesquisa feita por Kate Oakley (2011), segundo a qual nas indústrias criativas do Reino Unido os altos cargos são majoritariamente ocupados por homens. No Micsul, embora com dados parciais, nota-se que o número de mulheres no cargo de diretor geral supera a participação masculina, conforme o gráfico da Figura 24.

Figura 24

Proporção da representação de gênero por cargo

Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação à diversidade dos representantes das empresas, foi questionado se “A pessoa que lidera a empresa/organização é portadora de necessidades especiais, se faz parte dos povos indígenas, se é LGBTQIA+, se pertence à população negra e se é imigrante. Das 57 respostas, 43 disseram não pertencer a nenhuma dessas categorias, o que sugere uma baixa representatividade de grupos socioacêntricos, isto é, grupos com têm pouca representação social, política e econômica (ALEXINO FERREIRA, 2012). Esse é um dos pontos mais críticos desta análise, pois, caso esse padrão de representação ocorra também nas pequenas e médias empresas, isso significaria que Micsul está reproduzindo um dos maiores problemas na produção cultural regional, que é a concentração de oportunidades em certos grupos.

Ora, os principais argumentos da Unctad e Unesco para recomendar o desenvolvimento de políticas para a criatividade são justificados pelas capacidades distributivas da economia criativa, por isso é preciso entender o porquê dessa baixa representatividade. É oportuno mencionar, inclusive, que uma pesquisa encomendada pelo British Council⁵⁰ e publicada em março de 2020 confirmou a tendência de protagonismo feminino no setor criativo brasileiro, assim como uma maior capacidade de inclusão de grupos em desvantagem social. Ainda que não seja possível extrair conclusões mais assertivas, deve-se frisar que as escolhas das

50 Disponível em: www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/key_findings_dice_-_digital.pdf. Acesso em: 2 dez. 2020.

delegações são feitas pelos países, em geral por meio de editais, o que possibilitaria, em tese, critérios mais democráticos de escolha.

No próximo gráfico (Figura 25), é possível identificar a relação entre o cargo ocupado na empresa e a participação no Micsul. Entre as 57 respostas recebidas, mais de 63% dos participantes ocupam o cargo de diretor geral.

Figura 25
Proporção de participantes
e seus respectivos cargos
Fonte: Elaborado pelo autor

Quando os dados sobre o cargo ocupado na empresa e a participação nas rodadas de negócio são comparados, nota-se que é mantida a proporção entre as reuniões realizadas e a função ocupada na empresa (Figura 26). De acordo com os 57 respondentes, foram realizadas 908 reuniões durante o Micsul, o que resultou em cerca 1,7 milhão de dólares negociados, segundo 24 respondentes. Como a enquête foi realizada em entre maio e outubro de 2020, é possível sugerir que esses números estejam mais consolidados do que os números apresentados no Relatório Final das Rodadas de Negócio (2018). Essa atividade econômica, por sua vez, contraria a percepção do respondente 15 sobre as poucas possibilidades de venda de produtos e serviços no Micsul. Ainda assim, comparando o número de ofertantes e o número de compradores, permanece a tendência de um mercado vitrine.

Ainda com relação aos dados específicos do Micsul, procuramos saber se os participantes da terceira edição estiveram nos encontros anteriores, em Mar del Plata e em Bogotá, se eles participaram dos mercados nacionais e mesmo se eles consideravam participar da quarta edição do Micsul, prevista para ocorrer em maio de 2020 no Uruguai. No caso dessa última pergunta, a eclosão da pandemia no início do ano mudou o cronograma do encontro para 2021. De todo modo, nota-se que, entre os 57 respondentes, 17 participaram da edição de 2014 e 13 participaram da edição de 2016, isto é, um pouco mais da metade dos participantes da edição 2018 esteve presente nas outras edições.

Para ilustrar como a circulação pelos mercados regionais pode criar oportunidades, o site do evento publicou alguns depoimentos, como o da diretora executiva da Tum Tum

Figura 26

Proporção de reuniões
segundo o cargo

Fonte: Elaborado pelo autor

Produções, Juliana Pandolfo, de Caxias do Sul (RS). Segundo Juliana Pandolfo⁵¹, “Por meio das participações nas duas primeiras edições do Micsul (Mercado de Indústrias Culturais do Sul), em 2014 e 2016, conseguimos trazer atrações do Uruguai, da Argentina e do Chile”. Em outro depoimento nessa mesma linha, a proprietária da empresa RED Studio Brasil, Sabrina Bogado⁵², disse ser “[...] a segunda vez que participo do evento. A primeira foi na edição de Mar Del Plata do Micsul em 2014, quando conseguimos parceiros internacionais de trabalho com os quais desenvolvemos projetos até hoje”.

A respeito da participação nos mercados nacionais, o gráfico a seguir (Figura 27) mostra que ao menos a metade dos presentes no mercado regional também participou dos encontros nacionais, enquanto os outros 50% não participaram.

51 Disponível em: <http://micbr.cultura.gov.br/noticia/empreendedores-da-musica-estao-otimistas-para-participacao-no-micbr>. Acesso em: 10 nov. 2018.

52 Disponível em: <http://micbr.cultura.gov.br/noticia/audiovisual-mais-de-40-compradores-sul-americanos-participaram-do-micbr>. Acesso em: 10 nov. 2018.

Figura 27

Participação nos
mercados nacionais

Fonte: Elaborado pelo autor

Esses dois pontos, participação nas edições anteriores do Micsul e presença nos mercados nacionais, são sem dúvida indicadores sugestivos de como as políticas em níveis nacional e regional podem promover o desempenho dos pequenos e médios produtores. Um outro dado que reforça essa interdependência é o fato de 55,6% dos respondentes terem recebido auxílio governamental em alguma das etapas da cadeia de valor dos produtos ou serviços oferecidos no Micsul.

Ao lado das primeiras características do modelo de desenvolvimento do Micsul assinaladas anteriormente, as análises da programação do encontro, a mensuração da presença feminina, a baixa representatividade de grupos socioacêntricos e os níveis de intercâmbio entre as empresas impõem uma série de desafios, os quais, se considerados a partir de dados e informações mais precisas, podem criar possibilidades reais de integração regional e, por conseguinte, maior participação econômica e cultural das pequenas e médias empresas. Para um resumo sobre as características do modelo de desenvolvimento do Micsul discutidas nesta seção, cf. o Apêndice.

As próximas duas subseções serão dedicadas aos desafios e possibilidades desse mercado regional de bens e serviços criativos. Espera-se que, ao estudar a política cultural como prática, possamos aprofundar nosso entendimento sobre as características do modelo de desenvolvimento do Micsul e retomar algumas discussões dos capítulos anteriores.

3.5.3 Os desafios

■ ■ ■

A análise da seção anterior sugere que o Micsul é uma espécie de flor que rompe o asfalto, para usar como metáfora a leitura esperançosa e, ao mesmo tempo, melancólica do

poema de Carlos Drummond de Andrade⁵³. A continuidade das edições e os benefícios que têm trazido para os pequenos e médios produtores reafirmam que a integração, a cultura e a criatividade são caminhos promissores. Contudo, as incertezas das políticas regionais, a concentração global nos fluxos de produtos e serviços criativos, as disputas conceituais e os problemas na execução das políticas culturais lembram que, assim como a flor retratada no poema, o Micsul tem poucas chances de prosperar. Começemos pelos desafios políticos.

O destino do Micsul parece estar atado às inconstâncias da política internacional sul-americana. Alguns exemplos podem ser elencados, como a ausência da Bolívia e da Venezuela na última edição, as dificuldades que os integrantes das comitativas encontraram para vir ao Brasil⁵⁴ – a Argentina passava por uma crise de desvalorização da moeda – e a incerteza se a Avenida Paulista, lugar escolhido para a realização do Micsul, não reviveria as manifestações que se tornaram comuns desde 2013. Não é exagero dizer que em 2018 a América do Sul estava em convulsão, quadro que se tornaria ainda mais dramático com os protestos no Chile e o golpe contra o presidente boliviano, Evo Morales.

Para estudiosos como José Briceño-Ruiz e Andrea Ribeiro Hoffmann (2020), as mudanças políticas na região sul-americana sinalizam uma possível retomada da agenda do regionalismo aberto que vigorou na década de 1990, mas em contexto no qual as instituições multilaterais estão enfraquecidas. Os indícios para isso seriam as políticas de desregulação e o alinhamento à política internacional do governo norte-americano por parte do governo brasileiro, além das frequentes declarações contra o Mercosul.

Na realidade, estabelecer um padrão do regionalismo sul-americano nos tempos atuais é extremamente difícil. Observa-se que a Argentina recentemente elegeu Alberto Fernández, candidato identificado com a esquerda e defensor do Mercosul; na Bolívia, o candidato apoiado por Evo Morales, Luis Arce, venceu as eleições ainda no primeiro turno; depois dos violentos protestos no Chile, 80% da população votou a favor de uma nova constituição; mesmo no caso brasileiro, não parece certo se haverá continuidade com a atual política externa, especialmente por conta da eleição de um novo presidente nos Estados Unidos.

Se há um ponto positivo para ser destacado nesse cenário de crise é a visível resiliência do Micsul. Uma das explicações para isso, além da institucionalização do discurso sobre criatividade e desenvolvimento, parece ser a existência de um corpo burocrático nas instituições que tem tomado para si a responsabilidade de viabilizar o Micsul como plataforma de integração. Entretanto, a emergência da pandemia traz ainda mais dúvidas sobre o seu futuro. Será que o Uruguai conseguirá realizar a quarta edição em 2021? Ainda que consiga, será que os países terão condições financeiras para enviar suas delegações? Ao lado disso, é provável que muitas

53 Faço referência ao poema “A flor e a náusea”, do livro *A rosa do povo*, de Carlos Drummond de Andrade.

54 Em entrevista ao autor, Andrea Guimarães relatou o esforço do Brasil em viabilizar a vinda das delegações, com a garantia de hospedagem e até com o financiamento de passagens aéreas.

empresas que participaram do Micsul tenham falido ou terão dificuldades para retomar as atividades no próximo ano. Diante desse quadro, qual é o sentido de promover um mercado regional sem investir em políticas para recuperação dessas pequenas e médias empresas?

Além desses desafios diretamente relacionados com o ambiente político da região, um outro problema é lidar com a concentração da produção e dos fluxos internacionais de produtos e serviços criativos. O desafio é criar mecanismos de regulação que favoreçam os países em desenvolvimento e, ao mesmo tempo, permitam maior participação dos pequenos produtores nas cadeias de valores das indústrias criativas. Em ambos os casos, o bloco regional e os marcos jurídicos aprovados pelas instituições da ONU se mostram como pontos de partida estratégicos.

No caso do Mercosul, apesar de ter ocorrido a institucionalização das políticas culturais, em um processo às vezes lento, tardio e intermitente, não é possível dizer que o setor cultural seja prioridade para o bloco. Mesmo depois de tantos estudos, diagnósticos e recomendações, o setor cultural parece seguir a própria sorte no âmbito do Mercosul. Cabe lembrar que a América Latina, em geral, e a América do Sul, em particular, são regiões marcadamente importadoras de bens simbólicos, quadro que parece se tornar cada vez mais incontornável do ponto de vista do comércio internacional.

Por isso, se objetivo for o de ampliar a participação da região nos fluxos de produtos e serviços criativos, então a manutenção de uma posição periférica do setor cultural no bloco regional precisaria mudar substancialmente. Esse apontamento, deve-se ressaltar, parte do pressuposto de que os blocos regionais têm melhores condições de favorecer os potenciais dos países e lidar com assimetrias internas. Apesar disso, é preciso considerar a capacidade do bloco em negociar as suas prioridades diante dos demais países, o que no atual momento parece ser mínima.

Um outro ponto central é o fato de que a digitalização dos bens e serviços criativos e sua organização produtiva, distributiva e de consumo por meio das plataformas têm contribuído para aumentar a concentração global em poucas regiões, em certas cidades ou mesmo algumas empresas, como é o caso de Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft (GAFAM)⁵⁵. Ao lado disso, o estabelecimento do regime de propriedade intelectual por meio do Acordo TRIPS parece tornar ainda mais improvável que os países sul-americanos possam competir nas grandes indústrias criativas de entretenimento, conteúdo, informação e conhecimento.

Isso ficou evidente com a emergência da pandemia e a busca por adaptação das atividades culturais, educativas e de trabalho nos ambientes e com ferramentas digitais. Mas não só: também na corrida global para desenvolver um imunizante contra o vírus Covid-19 não

55 Em um artigo publicado na Internet Policy Review, Carl Öhman e Nikita Aggarwal defendem que plataformas como Facebook deveriam ter um plano de regulação especial em caso de uma possível falência. Para os autores, essas plataformas são grandes demais para falhar (*too big to fail*), já que o impacto público seria imensurável. Disponível em: <https://policyreview.info/articles/analysis/what-if-facebook-goes-down-ethical-and-legal-considerations-demise-big-tech>. Acesso em: 18 dez. 2020.

há nenhum laboratório latino-americano, apesar de a região ter sido por meses o epicentro dos contágios. Além desses problemas ligados às dinâmicas de governabilidade do comércio de produtos e serviços criativos, pode-se ainda apontar uma terceira modalidade de desafios, que são aqueles de natureza conceitual.

Um traço marcante da produção cultural de um país é a sua relação com os valores culturais nacionais. Em função disso, a criação de um ambiente supranacional que favoreça a exportação de produtos e serviços tende a esbarrar em tensões políticas, simbólicas e históricas que permeiam os países, além das disputas por mercado. Um exemplo disso é a contenda entre um certo ideário de unidade regional latino-americana e a negação de uma história ou identidade comuns. Tanto é que frequentemente os grupos políticos regionais se apropriam dessas narrativas para colocar em ação seus programas de poder, como é o caso dos ataques do atual governo brasileiro ao Mercosul ou a criação da Aliança Bolivariana para os Povos de Nossa América (Alba).

Além dessas disputas simbólicas em torno da América do Sul ou América Latina, um outro desafio é aprofundar o debate sobre os conceitos que permeiam as análises e as discussões do setor cultural. O objetivo central do primeiro capítulo foi justamente o de contribuir com esse debate, mostrando as continuidades e as mudanças que atravessam os conceitos de indústria cultural, indústrias culturais, indústrias criativas e economia criativa. Nas análises dos documentos de política cultural ao longo deste estudo, em especial no estudo sobre as políticas culturais sul-americanas, percebeu-se como esses conceitos ou termos são usados como se fossem autoexplicativos.

Um problema imediato que surge com essas adesões apressadas é o de sugerir que a economia determina tudo, ou seja, supor que a comercialização degrada as formas simbólicas ou que a criatividade econômica conduz inevitavelmente à justiça social. Não que essas suposições sejam totalmente incorretas, mas para a elaboração de políticas culturais é necessária uma visão crítica dos conceitos e dos próprios limites das ações do Estado. Sobre isso, as três últimas seções deste capítulo mostraram, entre outras coisas, como os termos indústrias culturais, indústrias criativas, economia criativa e economia cultural se alternam ao longo dos anos e dos documentos, o que inevitavelmente revela uma feição frágil das políticas para a criatividade.

Além dessa fragilidade conceitual, pode-se ainda destacar a ausência de um orçamento estável e, frequentemente, a falta de dados e informações adequadas, o que constitui mais um dos desafios para o Micsul. Nesse sentido, a análise do modelo de desenvolvimento da terceira edição também identificou uma prática bastante corriqueira, que é a destruição de informações públicas. Alguns exemplos podem ser citados sobre essa prática, como a inexistência de um *website* para o Mercosul Cultural, a falta de um histórico do Micsul contendo as principais decisões e os resultados alcançados e a dispersão dos poucos relatórios sobre os programas desenvolvidos, assim como o aparente abandono do Sistema do Sicsul.

Essa prática evidencia um contrassenso em relação aos argumentos das políticas para a criatividade defendidas pela Unctad e Unesco, uma vez que as ações do Estado deveriam ser baseadas em informações qualificadas. Avaliando os dados do Micsul ao longo deste estudo, não se pode negar que haja um teor pessimista sobre o seu futuro, o que lembra o destino provável da flor que rompe o asfalto, no poema referido acima. Entretanto, esses mesmos dados incompletos e os depoimentos coletados no formulário e no *website* do evento anunciam um futuro promissor para o Micsul, desde que os desafios sejam enfrentados. É sobre as possibilidades futuras do Micsul que as últimas páginas deste estudo serão dedicadas.

3.5.4 As possibilidades

■ ■ ■

As atividades programadas e o uso dos espaços culturais ao longo da Avenida Paulista, centro financeiro da América do Sul, tornaram o Micsul uma espécie de síntese das expectativas em torno do papel que a cultura poderia desempenhar na região. Para retomar a metáfora acima, parecia que de fato uma flor tinha rompido o asfalto. Essa perspectiva otimista sobre o futuro do Micsul estava nas conferências, nas entrevistas e, inclusive, foi reproduzida nos depoimentos coletados por meio do formulário de pesquisa. Além dessas impressões, os dados divulgados pelos organizadores e, de certo modo, as respostas coletadas com os 57 respondentes sugerem a composição de um panorama promissor do mercado regional.

Antes de apontarmos algumas possibilidades, deve-se considerar que o Micsul é um recorte e um momento especial em que os produtores e artistas podem fortalecer os vínculos entre si. Por isso, o impacto do encontro não pode ser mensurado em sua totalidade, sobretudo quando se considera que duas das principais qualidades das atividades culturais e das funções criativas são a informalidade e seu caráter processual. Assim, não se pode reduzir a avaliação de um programa como Micsul às cifras econômicas supostamente negociadas nos dias do evento. Evidentemente, medir o volume de negócios é necessário, mas não deve ser a única preocupação a que os formuladores de política devem se apegar para justificar as políticas culturais.

Dito isso, uma primeira possibilidade futura para o Micsul seria tornar-se uma *plataforma permanente* de trocas econômicas, compartilhamento de informações técnicas para viabilizar o comércio internacional, elaborar editais e diversificar as formas de financiamento, desde os formatos colaborativos até o empréstimo com condições favoráveis. A partir de uma integração mais efetiva, os dados sobre as pequenas e médias empresas do setor criativo seriam coletados e possivelmente utilizados na elaboração de políticas e programas. Uma alternativa para financiar parte dos custos seria taxar as *Big Tech*, as grandes empresas de tecnologia e serviços digitais. O exemplo da proposta francesa que busca taxar em até 3% o Facebook, e que transita na Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), poderia inspirar as autoridades do Mercosul e dos países em desenvolvimento.

Além da plataforma permanente de integração, o futuro do Micsul é o de continuar com a realização dos encontros presenciais, com periodicidade bienal. Isso porque o fortalecimento das relações entre produtores e artistas depende de um maior reconhecimento dos valores culturais nacionais e do estabelecimento de diálogos. A circulação desses profissionais pelos territórios é fundamental para fortalecer a integração regional, como foi recomendado no relatório global da Unesco (2018). Será uma perda se a quarta edição do Micsul ocorrer em sua integralidade na modalidade remota, tal como se deu com o Micuy 2020.

Ainda sobre a conjunção entre os dados e os novos contextos de produção, é possível que o Micsul tire proveito dos diversos estudos que vêm sendo realizados com o objetivo de identificar os impactos, em geral perceptíveis, no setor cultural causados pela pandemia da Covid-19. O estudo mais recente e de abrangência regional é fruto de uma iniciativa conjunta do Mercosul, Unesco, BID, Segib e OEI, intitulada *Avaliação dos impactos da Covid-19 nas indústrias culturais e criativas*. Um dos méritos desse estudo é a sua preocupação em reunir as pesquisas nacionais e setoriais feitas desde os primeiros meses de isolamento social.

A segunda possibilidade é investir nos *arranjos políticos e jurídicos do Mercosule*, por consequência, do Mercosul Cultural para ampliar a presença regional dos produtos e serviços criativos produzidos por empresas sul-americanas. É difícil imaginar que as pequenas e médias empresas conseguirão exportar para outras regiões sem antes se consolidarem nos mercados internos, por isso a necessidade de criar mecanismos de regulação que permitam a esses agentes se fortalecerem internamente para depois disputarem nos mercados internacionais.

Um aspecto favorável para a consolidação comercial e cultural do Micsul é o tempo de experiência institucional do Mercosul Cultural. Ainda que não tenha sido explorado todo o potencial operacional e imaginativo, os 25 anos de existência dessa instituição supranacional têm sido referência para disseminar práticas democráticas de construção de políticas culturais. Na ata de Reunião de Conclusões do Micsul (2014) fica evidente esse espírito de decisão coletiva, sobretudo para determinar a agenda das edições seguintes, em que o Brasil e a Colômbia se prontificaram a realizar o Micsul 2016.

Ressaltar essa disposição ao diálogo pode parecer contraditório em relação ao clima de desagregação apontado na seção anterior, mas quando se observa do ponto de vista processual, e não apenas de uma perspectiva restrita às retóricas e ações de governos específicos, o Mercosul Cultural e o Micsul despontam como políticas públicas prontas para contribuir com o fortalecimento das relações culturais e econômicas da América do Sul e da América Latina. Inclusive, a própria existência do bloco regional Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos (Celac) indica que parte do caminho para uma integração mais ampla já foi traçado.

Uma outra possibilidade que se apresenta para o Micsul é a *concretização do Acordo Mercosul-União Europeia*. Já foi mencionado que a União Europeia normalmente adota os princípios da Convenção da Unesco em seus acordos comerciais, além de outras recomendações das Nações Unidas. Considerando apenas o setor cultural, é possível que a efetivação

do acordo entre os blocos regionais possa fortalecer o Mercosul Cultural, tendo em vista as experiências dos países europeus no desenvolvimento de políticas culturais. Entretanto, como dito também em outro momento, a colaboração e a assistência não são as maiores virtudes dos acordos de liberalização comercial, por isso a equidade das relações precisará ser construída.

Em resumo, a experiência acumulada, os acordos intrabloco regionais e o aproveitamento das plataformas digitais são alguns dos fatores que permitem imaginar um futuro promissor para o Micsul. No entanto, é indispensável criar um *plano estratégico de desenvolvimento das indústrias criativas* e culturais no Mercosul Cultural, a exemplo do que tem feito a União Europeia, o Reino Unido⁵⁶ e a Unesco com a agenda 2030. Uma vez iniciado esse processo, será a oportuno repensar o que a cultura, a criatividade e a inovação significam para os agentes públicos, os produtores, os empreendedores e os criadores. Estabelecer um conjunto de ideias compartilhadas é uma das etapas indispensáveis.

A verdade é que as políticas culturais dificilmente entregarão os resultados idealmente esperados, pois as dinâmicas sociais parecem mais com o fluxo da água de uma represa rompida do que com o leito de um rio bem estabelecido. Entretanto, como vivemos em uma região onde muitas barragens rompem, não é difícil prever o caminho das águas, isto é, quais são as áreas e ações prioritárias nas quais poder público deveria intervir. Em outras palavras, o conhecimento e as condições necessárias para aperfeiçoar o modelo de desenvolvimento do Micsul são acessíveis, mas, como qualquer empreendimento criativo, é preciso começar, ou melhor, deve-se diariamente acrescentar uma palavra e uma maneira diferente de ver o problema. No fim, foi essa a intenção deste estudo: acrescentar uma palavra e um olhar diferente ao tema das indústrias criativas e culturais sul-americanas.

56 O plano Let's Create: strategy 2020-2030, elaborado pelo Arts Council England, está disponível em: www.artscouncil.org.uk/letscreate. Acesso em: jan. 2021.

■ ■ ■

Considerações finais

■ ■ ■

No início deste percurso de pesquisa se fez referência a uma das cenas finais das andanças do personagem Dom Quixote de la Mancha. Enquanto passeava pelas ruas de Barcelona, o cavaleiro conheceu o funcionamento de uma oficina gráfica, com seus maquinários e lógica de produção, e percebeu que o segundo volume de suas histórias já estava sendo impresso e com autoria estabelecida. A despeito de toda a ironia, a cena com o fidalgo Dom Quixote nos trouxe um aprendizado fundamental, pois as expressões e os produtos artísticos, ao se tornarem mercadoria, já não são somente arte ou apenas um bem comercial.

Foi a partir da concepção de que a comoditização das formas simbólicas é um processo marcado por tensões que o primeiro capítulo foi construído. Embora a valorização econômica seja uma característica fundamental das expressões artísticas e culturais em nossa sociedade, ocorrem outros processos de valorização também significativos, os quais definem uma dinâmica própria que denominamos de campo de interação das indústrias criativas e culturais. Com isso, as empresas privadas, o Estado, as organizações e os indivíduos passaram a disputar o controle de toda ou de parte da cadeia de valores dos seguimentos que compõem o setor cultural nos níveis local, nacional e internacional.

Nesse processo, normalmente os agentes buscam recompensas econômicas e/ou pretendem impor e preservar suas visões de mundo. Entretanto, nas últimas décadas têm sido algumas poucas empresas privadas as maiores responsáveis pela difusão global de imagens, sons e textos, frequentemente comercializados como músicas, livros, filmes, programas de TV, jornais, jogos eletrônicos, *softwares*, peças teatrais, exposições e festivais. Esse predomínio das grandes empresas passou a ser questionado em diversas frentes, às vezes com destaque às perdas econômicas nacionais, às vezes com ênfase nos danos estéticos, históricos, políticos e culturais dos países e comunidades.

Entre os argumentos que mais tiveram êxito, parece ter prevalecido aqueles em torno da ideia de que todos poderiam ganhar, sobretudo se o Estado, principal agente organizador da vida moderna, agisse de maneira propositiva, quer dizer, impusesse restrições às grandes

empresas internacionais e oferecesse condições favoráveis aos produtores e artistas nacionais. Foi a partir desse pressuposto que começaram a se desenvolver as políticas culturais dos Estados nacionais e os arranjos específicos de comércio internacional sobre os bens culturais.

O problema, contudo, é que nem todos os países tiveram ou têm condições de criar suas políticas culturais e muito menos impor obstáculos à expansão dos grandes produtores culturais, como as empresas e os órgãos estatais dos países desenvolvidos. Diante disso, instituições como Unesco e Unctad, em momentos distintos, tornaram-se propagadoras de uma política cultural internacional segundo a qual os países poderiam de fato alcançar níveis de desenvolvimento se investissem em cultura e em criatividade. Para demonstrar a validade dessas ideias, foram elaborados diversos documentos e estimulada a participação multilateral, isto é, uma saída coletiva para problemas particulares que, dadas as circunstâncias de concentração dos fluxos internacionais de bens e serviços culturais, se mostravam problemas de todos.

Assim, muitos países, organizados em blocos econômicos e signatários de declarações e convenções internacionais, passaram a criar estratégias para promover as empresas nacionais e ampliar a proteção de suas culturas, ou melhor, da diversidade cultural dos seus territórios. Saber em que medida tem dado certo investir em cultura para atenuar problemas sociais complexos é ainda um desafio futuro, mas alguns indicadores mostram que o desempenho econômico do setor cultural é surpreendente em relação aos demais setores da economia, assim como são alarmantes as desigualdades de participação entre países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Para compreender quais são os desafios e as possibilidades de regiões tradicionalmente importadoras de produtos e serviços criativos, este estudo se deteve ao longo do terceiro capítulo na análise de como os países sul-americanos estabeleceram suas políticas culturais, na avaliação de indicadores de seis domínios criativos e culturais e em um estudo mais detalhado sobre as estratégias no âmbito do Mercosul, sobretudo com o programa Mercado da Indústrias Culturais do Sul.

A dispersão ou ausência de dados sobre o setor cultural, seja por parte dos países, seja no próprio Mercosul, foi um dos principais desafios enfrentados por esta pesquisa. Em certas situações, foi possível identificar uma espécie de política paralela, voltada à destruição de informações públicas. Secundariamente, outra dificuldade para a realização do estudo foi o cancelamento da quarta edição do Micsul por conta da pandemia, o que inviabilizou a comparação entre as duas edições recentes e a coleta de informações atualizadas. Apesar disso, as descobertas são animadoras, em um certo ponto, e extremamente preocupantes, quando se considera o contexto mais geral.

Fato animador é que os seis países sul-americanos analisados passaram por um processo de institucionalização de suas políticas culturais, com visível presença dos discursos da política cultural internacional. Entretanto, são políticas parcialmente estáveis, já que se observam avanços e retrocessos repentinos. Quanto ao setor das indústrias criativas e culturais, os dados mostraram um aumento da participação econômica e geração de vagas de trabalho

na última década, mas é marcante a concentração de oportunidades nas principais cidades dos países. Já no âmbito da instituição Mercosul, as políticas voltadas para o desenvolvimento por meio da cultura e da criatividade tiveram o seu melhor momento a partir de 2008, com a criação de programas mais consistentes. Um desses programas foi o Micsul, que, apesar dos problemas, tem sido o principal ponto de integração entre as pequenas e médias empresas sul-americanas.

No recorte regional, esses aspectos são realmente animadores, mas quando se observa o contexto global a situação do setor cultural da América do Sul e provavelmente de outras regiões onde se concentram os países em desenvolvimento não desperta tanto entusiasmo, pois se nota a manutenção do ritmo de concentração nos Estados Unidos – sede das *Big Techs* –, na Europa Ocidental e em partes da Ásia. A participação da América Latina do Caribe definitivamente retraiu na última década. O problema é que esse quadro provavelmente não será alterado nos próximos anos.

Uma explicação para esse prognóstico pessimista foi iniciada ao final do segundo capítulo, quando discutimos os desafios para o exercício das políticas culturais diante das regras do comércio internacional. Entre os regimes da OMC, o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio é o que está diretamente relacionado com o setor cultural, sobretudo por conta de seus instrumentos privativos sobre o conhecimento. O cenário torna-se um tanto mais incerto com os acelerados processos de digitalização das indústrias culturais clássicas, as novas lógicas de trabalho criativo em ambiente digital e em rede e os efeitos disruptivos das plataformas *online*.

No entanto, a relação entre os regimes regulatórios da OMC, as lógicas da economia digital e as características especiais das políticas culturais precisam ser estudadas com mais vagar. Além disso, é imprescindível para os desdobramentos futuros deste estudo realizar uma comparação com um ou mais blocos regionais, como o Acordo Estados Unidos-México-Canadá (antigo Nafta), a União Europeia ou a Associação de Nações do Sudeste Asiático (Asean). A abordagem comparativa poderia oferecer outras perspectivas analíticas, com contribuição para os estudos sobre os blocos regionais, as políticas culturais e os programas de desenvolvimento por meio da cultura e da criatividade.

Em suma, o estudo permitiu dar um passo inicial nas discussões sobre os quatro conceitos fundamentais para pensar a produção cultural. Espera-se que as semelhanças e diferenças apontadas entre os quatro conceitos possam contribuir com o debate público. De fato, há uma extensa bibliografia sobre o tema, mas são poucos os estudos que buscam relacionar esses conceitos de maneira crítica. Ademais, as constantes alterações nas lógicas de produção, difusão e uso dos bens e serviços criativos, sobretudo no contexto da economia digital, sugerem que esses conceitos devam ser frequentemente repensados.

Também em caráter introdutório, o estudo sobre os discursos da política cultural internacional mostrou que a agenda da criatividade e dos processos de desenvolvimento econômico e cultural está em vigor há pelo menos duas décadas. O consenso em torno dessa agenda

é cada vez mais compartilhado entre os níveis internacional e local, embora já se percebam questionamentos sobre os seus potenciais distributivos e de transformação social.

No caso específico da América do Sul, a última parte do estudo constatou um avanço na institucionalização das políticas para a criatividade, mas também identificou ao menos quatro desafios que precisariam ser enfrentados urgentemente: políticos, regulatórios, conceituais e práticos/operacionais. Somente com o enfrentamento desses desafios é que as possibilidades de desenvolvimento das indústrias criativas, especialmente as vinculadas aos pequenos e médios produtores, poderão ser verificadas.

Enquanto isso não ocorre, além dos estudos comparativos entre blocos regionais, faz-se necessário analisar programas locais voltados às indústrias criativas. Espera-se que este estudo contribua com futuras pesquisas.

■ ■ ■

Referências

■ ■ ■

ABRAMUS. **Anuário 2018**. Disponível em: <http://www.abramus.org.br/anuario/2018/>. Acesso em: 22 jan. 2021.

ACHUGAR, Hugo. A política cultural no acordo Mercosul. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 20, n. 8, p. 215-229, 1994.

ACHUGAR, Hugo. **Políticas culturais no Uruguai**. In: CALABRI, Lia. Políticas Culturais: olhares e contextos. Rio de Janeiro: Fundação Rui Barbosa; São Paulo: Itaú Cultural, 2015.

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. Tradução: Amélia Cohn. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação de massa e indústria cultural**. 3. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALADI. **Acordo regional de cooperação e intercâmbio de bens nas áreas cultural, educacional e científica**. ALADI, 1989. Disponível em: http://www2.aladi.org/biblioteca/publicaciones/aladi/acuerdos/Regionales/pt/07/AR_CEC_007_consolidado_pt.pdf. Acesso em: 30 de jan. 2021.

ÁLVAREZ, O. Gabriel (org.). **Indústrias culturais no Mercosul**. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003.

ÁLVAREZ, Vera Cíntia. **Diversidade cultural e livre-comércio**: antagonismo ou oportunidade? Brasília: Unesco; IRBr, 2008.

ANCINE. **Análise de Impacto Regulatório**. Ancine, 2016. Disponível em: https://antigo.ancine.gov.br/sites/default/files/consultas-publicas/AIR-JogosEletronicos_0.pdf. Acesso em: 31 de jan. 2021.

ANDERSON, Chris. **The long tail**: why the future of business is selling less of more. New York: Hyperion, 2008.

ANTOINE, Cristian. A longa viagem das políticas culturais no Chile: estação terminal ou uma parada na plataforma? In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais**: olhares e contextos. Tradução: Carmen Carballal. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa; São Paulo: Itaú Cultural, 2015.

ATTALI, Jacques. **Noise**: The political economy of music. Minnesota: University of Minnesota Press, 2014.

ALEXINO FERREIRA, Ricardo. Etnomídia e a interface com o politicamente correto. **Revista Extraprensa**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 1-18, 2012. Disponível em: www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/77245. Acesso em: 12 jan. 2021.

BALTÀ, Jordi; PASCUAL, Jordi. A cultura nos ODS: perspectivas a partir da ação local e da Agenda 21 da Cultura. **Revista Observatório Itaú Cultural**, São Paulo: Itaú Cultural, n. 27, p. 34-45, 2020.

BARBIERI, José Carlos; CHAMAS, Cláudia Inês. O Acordo sobre Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (trips) e as políticas públicas de saúde e de defesa da biodiversidade. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 25-49, 2013. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/39260>. Acesso em: 6 set. 2020.

BAYARDO, Rubens. Políticas culturales en la Argentina. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens (org.). **Políticas culturais na Ibero-América**. Salvador: EDUFBA, 2008.

BAYARDO, Rubens. Indústrias criativas e políticas culturais: perspectivas a partir do caso da cidade de Buenos Aires. In: CALABRI, Lia. **Políticas culturais**: informações, territórios e economia criativa. Tradução: Carmen Carballal. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

BELL, David; OAKLEY, Kate. **Cultural policy**. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2015.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Tradução: Geraldo Gerson de Souza. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BID. **Diagnóstico cuanti y cualitativo de la economia naranja en Paraguay**. Banco Interamericano de Desarrollo, 2019.

BIELSCHOWSKY, Ricardo (org.). **Cinquenta anos de pensamento na CEPAL**. Rio de Janeiro: Conselho Federal de Economia – Cofecon/Ed. Record, 2000.

BIRDSALL, Carolyn. **Nazi soundscapes**: sound, technology and urban space in Germany, 1933-1945. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2012.

BIT.PRODUCTIONS. **Relatório final das rodadas de negócio do MICBR 2018**. São Paulo, 2018.

BOLAÑO, César; MOTA, Joanne Mota; MOURA, Fábio. Leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal no Brasil. In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais**: pesquisa e formação. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. Tradução: Inove C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Tradução: Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. Porto Alegre: Zouk, 2017.

BRAGA, Márcio Bobik. Integração econômica regional na América Latina: uma interpretação das contribuições da CEPAL. **Cadernos PROLAM/USP**, v. 1, n. 1, p. 1-26, 1 dez. 2002.

BRAVO ELENA, Marta. Políticas culturales en Colombia. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens (org.). **Políticas culturais na Ibero-América**. Salvador: EDUFBA, 2008.

BRICEÑO RUIZ, José. Times of change in Latin American regionalism. **Contexto Internacional**, v. 40, n. 3, p. 573-594, 2018. Disponível em: www.scielo.br/pdf/cint/v40n3/0102-8529-cint-2018400300573.pdf. Acesso em: 12 dez. 2020.

BRICEÑO-RUIZ, José; HOFFMANN, Andrea Ribeiro. The crisis of Latin American regionalism and way ahead. In: DE SOUZA, Guilherme B.; GHYMERS, C.; GRIFFITH-JONES, S.; RIBEIRO HOFFMANN, A. (ed.). **Financial crisis management and democracy**. Cham: Springer, 2020.

BRICEÑO RUIZ, José; PUNTIGLIANO, Andrés Rivarola; CASAS GRAGEA, Ángel María (org.). **Integración latinoamericana y caribeña: política y economía**. Madrid: FCE, 2012.

BRICEÑO-RUIZ, José. O Mercosul: reflexões sobre a crise de seu modelo de integração e seu relançamento. **Brazilian Journal of Latin American Studies**, [S. l.], v. 6, n. 10, p. 187-209, 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/prolam/article/view/82295>. Acesso em: 31 jan. 2021.

BRIGGIS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BROOK, Orian; O'BRIEN, Dave; TAYLOR, Mark. **Culture is bad for you: inequality in the cultural and creative industries**. United Kingdom: Manchester University Press, 2020.

BUITRAGO RESTREPO, Felipe; DUQUE MÁRQUEZ, Iván. **A economia laranja: uma oportunidade infinita**. Washington, DC: Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2013.

CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas. In: **Encontro de estudos multidisciplinares em cultura**. Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: www.guiacultural.unicamp.br/sites/default/files/calabre_l_politicas_culturais_no_brasil_balanco_e_perspectivas.pdf. Acesso em: 16 jun. 2020.

CALABRE, Lia. História das políticas culturais na América Latina: um estudo comparativo do Brasil, Argentina, México e Colômbia. **Revista da Fundação Rui Barbosa**, ano 7, n. 7, p. 323-345, 2013.

CÂMARA DO LIVRO BRASILEIRO. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**, 2018. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/estaticos/uploads/2019/>. Acesso em: 31 de jan. 2021.

CANCLINI, Néstor García. **Políticas culturales en América Latina**. México, D. F: Editorial Grijalbo, 1987.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução: Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa e Gênese Andrade. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

CASTRO, Ruy. Nas mãos dos outros. **Folha de S.Paulo**, 30 jun. 2019. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/colunas/ruycastro/2019/06/nas-maos-dos-outros.shtml. Acesso em: 1 jan. 2020.

CEPAL. **Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica**. Madrid: OEI, 2014.

CERVANTES SAAVEDRA, Miguel. **O engenhoso cavaleiro D. Quixote de La Mancha: segundo livro**. Tradução: Sérgio Molina. São Paulo: Editora 34, 2007.

CHANG, Ha-Joon. Intellectual property rights and economic development: historical lessons and emerging issues. **Journal of the Human Development**, New York, v. 2, n. 2, 2001.

CIRD. **Diagnóstico cuanti y cualitativo de la economía naranja en Paraguay**. CIRD, 2019. Disponível em: https://www.cird.org.py/econaranja/wp-content/uploads/sites/9/2018/03/Diagn%C3%B3stico-Cuali-Cuanti_Paraguay_corto-02-09.pdf. Acesso em: 30 de jan. 2021.

CISAC. **Global Collections Report**. France: Communications Department of CISAC, 2019.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y DE LAS ARTES. **Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile**. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. **Mapeo de las industrias creativas en Chile: caracterización y dimensionamiento**. Santiago, 2014. Disponível em: https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf. Acesso em: 22 jan. 2021.

COSTA, Machado da. Faturamento da Netflix no Brasil se aproxima do da Globo. **Veja**, 10 set. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/radar-economico/faturamento-da-netflix-no-brasil-se-aproxima-do-da-globo/>. Acesso em: 27 out. 2020.

CUNNINGHAM, S. From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications. **Media International Australia Incorporating Culture and Policy**, v. 102, n. 1, p. 54-65, 2002.

DEPARTMENT FOR DIGITAL, CULTURE, MEDIA & SPORT (DCMS). **Creative Industries Mapping Document**. DCMS, 1998. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>. Acesso em: 30 de jan. 2021.

DEPARTMENT FOR DIGITAL, CULTURE, MEDIA & SPORT (DCMS). **Creative Industries Mapping Document**. DCMS, 2001. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>. Acesso em: 30 de jan. 2021.

DIRECCIÓN NACIONAL DE CULTURA. **Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay**: Medición económica sobre los sectores artes escénicas, audiovisual, libros y publicaciones periódicas y música grabada correspondiente a 2012. Disponível em: https://oibc.oei.es/documents/statistic_documents/documents/52/cuenta_satelite_en_cultura_del_uruguay_para_2012.pdf?1521637871. Acesso em: 22 jan. 2021.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Tradução: Pérola de Carvalho. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

ESCOBAR, Ticio. **15 Años del Mercosur**: el debe y el haber de lo cultural. São Paulo: Fundação Memorial e Imprensa Oficial do Estado, 2006.

EVANGELISTA, Ely Guimarães dos Santos. **A UNESCO e o mundo da cultura**. Brasília: Unesco, 2001.

EY. **Cultural times**: the first global map of cultural and creative industries. Paris: CISAC, 2015. Disponível em: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.

FERNÁNDEZ, Xan Bouzada. Financia acerca del origen y génesis de las políticas culturales occidentales: arqueologías y derivas. **O Público e o Privado**, Fortaleza, v. 9, p. 111-147, jan./jun. 2007.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2019. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2020

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa:** e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano. Tradução: Ana Luiza Lopes. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FGV PROJETOS. **Impactos econômicos da Lei Rouanet.** Minc, 2018. Disponível em: http://antigo.cultura.gov.br/documents/10883/1544705/Lei_Rouanet_Metrica_de_Avaliacao.pdf/266725c7-c3b0-4c88-8ac0-79bf5f8a5642. Acesso em: 22 jan. 2021.

FRENCH-DAVIS, Ricardo; MUÑOZ, Oscar. As economias latino-americanas. 1950-1990. In: BETHELL, L. (org.). **A América Latina após 1930.** São Paulo: Edusp, 2005.

GARNHAM, Nicholas. **Capitalism and communication:** global culture and the economics of information. London: SAGE Publications, 1990.

GARNHAM, Nicholas. From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. In: **International Journal of Cultural Policy**, v. 11, p. 15-30, 2005.

GARRETÓN, Manuel Antonio. Las políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile. Políticas culturales en la Argentina. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens (org.). **Políticas culturais na Ibero-América.** Salvador: EDUFBA, 2008.

GIRARD, Augustin. **Cultural development:** experiences and policies. Paris: Unesco, 1972, 1983.

GONTIJO, Cícero. **Acordo TRIPS:** acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual. Brasília: Inesc, 2003.

HARTLEY, John. **Creative industries.** Melbourne: Blackwell Publishing, 2005.

HARTLEY, John et al. **Key concepts in creative industries.** London: SAGE Publications, 2013.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna:** uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Tradução: Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 14. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

HESMONDHALGH, David. Cultural and Creative Industries. In: BENNETT, Tony; FROW, John. **Handbook of Cultural Analysis.** Oxford and Malden: Blackwell, 2008.

HESMONDHALGH, David. **The cultural industries.** London: SAGE, 2015.

HOWKINS, John. **The creative economy:** how people make money from ideas. London: Peguin, 2013.

KATZ, Mark. **Capturing sound:** how technology has changed music. Los Angeles: University of California Press, 2010.

KOVÁCS, Máte. A dimensão cultural do desenvolvimento: rumo à integração do conceito nas estratégias de desenvolvimento sustentável. **Revista Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, Itaú Cultural, n. 27, p. 21-33, 2020.

LESSA, Mônica Leite. Mercosul Cultural: desafios e perspectivas de uma política cultural. In: **Mural Internacional**. Rio de Janeiro: Mural Internacional, 2010. Disponível em: <www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/muralinternacional/article/view/5322>. Acesso em: 15 out. 2020.

LESSIG, Lawrence. **The future of ideas**: the fate of the commons in a connected world. New York: Random House, 2001.

LESSIG, Lawrence. Larry Lessig diz que a lei está estrangulando a criatividade. **TED**, mar. 2007. Disponível em: www.ted.com/talks/lawrence_lessig_laws_that_choke_creativity?language=pt-BR#t-988416. Acesso em: 21 jan. 2020.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **Estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LUZARDO, Alejandra et al. **Los videojuegos no son un juego**. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo, 2019. Disponível em: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los_videojuegos_no_son_un_juego_Los_desconocidos_%C3%A9xitos_de_los_estudios_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf. Acesso em: 31 de jan. 2021.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa**: implicações e desafios para a política externa brasileira. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2014.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream**: a guerra global das mídias e das culturas. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. Tradução: Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MAY, Christopher; SELL, Susan K. **Intellectual property rights**: a critical history. London: Lynne Rienner Publishers, 2006.

MCROBBIE, Angela. **Be creative**: making a living in the new culture industries. United Kingdom: Polity Press, 2016.

MCROBBIE, Angela. Re-thinking creative economy as radical social enterprise. **Variant**, n. 41, p. 32-33, 2011. Disponível em: www.variant.org.uk/issue41.html. Acesso em: 21 jan. 2020.

MCWILLIAMS, Douglas. **The flat white economy**: How the digital economy is transforming London and other cities of the future. London: Duckworth Overlook, 2015.

MERCADO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS DO SUL. **Reunião de Conclusões MICSUL**. Mar Del Plata, 2014.

MIDANI, André. **Do vinil ao download**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

MIÈGE, Bernard. **The logics at work in the new cultural industries**. In: Media, Culture & Society. London: SAGE, 1987.

MINISTERIO DE CULTURA REPÚBLICA DE COLOMBIA. **Compendio de políticas culturales**. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2008. Disponível em: <https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/Compendio-Pol%C3%ADticas-Culturales.pdf>. Acesso em: 30 de jan. 2021.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX: neurose**. Tradução: Maura Ribeiro Sardinha. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MOSCO, Vincent. **The political economy of communication**. London: SAGE Publications, 2009.

MUSSO, Pierre. "O imaginário tecnoindustrial do ocidente". Tradução: Luísa Assunção Pesché. In: OLIVEIRA, J. M. S.; ALMEIDA, R.; SIERRA G., D. (org.). **Imaginários tecnocientíficos**. São Paulo: FEUSP, 2020. p. 210-235, v. 1.

O'CONNOR, Justin. **The cultural and creative industries: a literature review**. London: CCE, 2010.

O'CONNOR, Justin. **After the creative economy: why we need a cultural economy**. Sidney: Currency House, 2016.

OAKLEY, Kate. In its own image: New Labour and the cultural workforce. **Cultural Trends**, v. 20, 2011, p. 281-289.

OLIVEIRA, Dennis de. Movimentos sociais e uma cultura política em tempos de ação direta do capital. **Aracê: Direitos Humanos em Revista**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 89-109, jan. 2014.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PAIKIN, Damián. Las distintas Caras de Nuestra América. In: DAMIÁN, Paikin. **Integración Regional y nuevos pactos federales: el rol de los gobiernos subnacionales en el Mercosur**. Buenos Aires: 2010.

PNUD. **Human Development Report**. New York: Oxford University Press, 1990.

POIRRIER, Philippe; GENTIL, Geneviève. **Cultura e Estado: a política cultural na França, 1955-2005**. Tradução: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2012.

POTTS, Jason D; CUNNINGHAM, Stuart D; HARTLEY, John; ORMEROD, Paul. Social network markets: a new definition of the creative industries. **Journal of Cultural Economics**. Volume 32, number 3/ September, 2008, 167-185.

RECONDO, Gregorio. **Identidad, integración, y creación cultural en América Latina**. Argentina: Unesco, 1997.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. 2012. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/pt-br.php>. Acesso em: 7 out. 2020.

REIS, A. C. F. Política de economia criativa em Buenos Aires: do plano 2010 aos distritos criativos-reflexões e inquietações. In: BARBOSA DA SILVA, F. A.; ZIVIANI, Paula (org.). **Políticas públicas, economia criativa e da cultura**. Brasília: Ipea, 2020.

RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso: a transição de Mercados Convencionais para Networks e o Nascimento de um Nova Economia**. São Paulo: Makron Books, 2001.

RODRÍGUEZ OLIVA, Lázaro I. **Economía creativa en América Latina y el Caribe**: mediciones y desafíos. In: LUZARDO, Alejandra (coord.). Banco Interamericano de Desarrollo, 2018. Disponível em: <https://publications.iadb.org/es/economia-creativa-en-america-latina-y-el-caribe-mediciones-y-desafios>. Acesso em: 21 out. 2020.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais do governo Lula/Gil: desafios e enfrentamentos. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens (org.). **Políticas culturais na Ibero-América**. Salvador: EDUFBA, 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Panorama das políticas culturais no mundo**. UFBA, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/7660>. Acesso em: 30 de jan. 2021.

RUFINO, Luana. **Economia do audiovisual e economia criativa**. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/EconomiadoAudiovisualeEconomiaCriativa.pdf>. Acesso em: 31 de jan. 2021.

RUIZ, J. O Mercosul: reflexões sobre a crise de seu modelo de integração e seu relançamento. **Brazilian Journal of Latin American Studies**, v. 6, n. 10, p. 187-209, 1 jun. 2007.

SEBRAE. **Estudo de inteligência de mercado música**. Brasília, 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9a9010a3ba4a4a43995c6fcb4546fcd5/\\$File/5809.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9a9010a3ba4a4a43995c6fcb4546fcd5/$File/5809.pdf). Acesso em: 22 jan. 2021.

SECRETARÍA NACIONAL DE CULTURA. **Informe de gestión**: agosto 2018 – agosto 2019. Disponível em: http://www.cultura.gov.py/wp-content/uploads/2019/09/Informe-de-Gesti%C3%B3n_SNC-comprimido.pdf. Acesso em: 22 jan. 2021.

SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL DEL SUR (SICSUR). **El sector audiovisual uruguayo: principales políticas y datos**, 2016. Disponível em: https://oibc.oei.es/uploads/attachments/42/El_sector_audiovisual_Uruguay.pdf. Acesso em: 27 out. 2020.

SCHLESINGER, Philip. Creativity: from discourse to doctrine. **Screen**, London, v. 48, n. 3, p. 377-387, Autumn 2007.

SCHMITTER, Philippe C. A experiência da integração europeia e seu potencial para a integração regional. **Lua Nova**, São Paulo, n. 80, p. 9-44, 2010.

SCHWARZ, Roberto. **Cultura e política**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

SMIERS, Joost. A Convention on cultural diversity: from WTO to UNESCO. **Media International Australia Incorporating Culture and Policy**, v. 111, n. 1, p. 81-96, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1329878X0411100109>. Acesso em: jan. 2021.

SOARES, Maria Susana Arrosa. A diplomacia cultural no Mercosul. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, v. 51, n. 1, 2008.

STOLOVICH, Luis. Diversidad creativa y restricciones económicas: la perspectiva desde un pequeño país. **Pensar Iberoamerica**, 2013. Disponível em: <https://rrcfcg.files.wordpress.com/2013/02/stolovich-luis-diversidad-creativa-y-retricciones-econoc3b3micas-la-perspectiva-desde-un-pequec3b1o-pac3ads-pensar.pdf>. Acesso em 30 de jan. 2021.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2011.

THROSBY, David. **Economics and culture**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

THROSBY, David. **The economics of cultural policy**. New York: Cambridge University Press, 2010.

UNASUR. **Unasur/CMRE/Resolución N° 007/2017**. Buenos Aires, 14 de diciembre del 2017. Disponível em: <www.itamaraty.gov.br/images/ed_integracao/docs_UNASUL/7_Resolucin-APROBACIN-DE-PROYECTO-FIC-007-17-MICSUR.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2020.

UNCTAD. **Creative economy**: the challenge of assessing the creative economy-towards informed policy-making. Report 2008. New York: UNCTAD; DITC, 2008. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf. Acesso em: 27 set. 2020.

UNCTAD. **Creative economy**: a feasible development option. New York: UNCTAD; DITC, 2010. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf. Acesso em: 21 set. 2020.

UNCTAD. **Creative Economy Outlook**: Trends in International Trade in Creative Industries. New York: United Nations, 2018. Disponível em: <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>. Acesso em: 10 out. 2020.

UNESCO. **Cultural policy**: a preliminary study. Paris: Unesco, 1969. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000001173?posInSet=1&queryId=c46e5f8d-7cac-4cf3-97ce-11cabca3ed8c>. Acesso em: 23 set. 2020.

UNESCO. **Conferencia intergubernamental sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales**. Venecia: Unesco, 1970. Disponível em: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals415.pdf. Acesso em: 18 set. 2020.

UNESCO. **Conferencia intergubernamental sobre las políticas culturales en Africa**. Accra: Unesco, 1975. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000016083?posInSet=3&queryId=751518fc-a515-4887-b752-45fdca452bf6>. Acesso em: 12 ago. 2020.

UNESCO. **Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais**. Cidade do México, 1982a. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000049714?posInSet=1&queryId=c99dfe18-c7e2-4d1c-9768-1484605fe803>. Acesso em: 19 set. 2020.

UNESCO. **Cultural industries**: a challenge for the future of culture. Montreal: Unesco, 1982b. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000049972?posInSet=1&queryId=7545964c-3dda-4908-82b6-70b74a000ec1>. Acesso em: 23 set. 2020.

UNESCO. **Creative economy report**: widening local development pathways. New York, 2013. Disponível em: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2021.

UNESCO. **The World Decade for Cultural Development**. Paris: Unesco, 1988. Disponível em: <https://digitallibrary.un.org/record/75606>. Acesso em: 3 nov. 2020.

UNESCO. **Our creative diversity**: report of the World Commission on Culture and Development. Paris: Unesco, 1996. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000101651>. Acesso em: 25 set. 2020.

UNESCO. **Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development**. Stockholm: Unesco, 1998a. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000113935?fbclid=IwAR2vLsy6Q76pZ4b3QAoFn_FgCw8JhpyAs3hNGY7L2I8HMR0BGrabNbuL15Q. Acesso em: 24 set. 2020.

UNESCO. **World Culture Report**: culture creativity and markets. Paris: Unesco, 1998b. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/culture/resources/report/the-unesco-world-report-on-cultural-diversity/>. Acesso em: 4 nov. 2020.

UNESCO. **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural**. Paris: Unesco, 2001. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127160?posInSet=1&queryId=069c3bce-8886-469b-a6d8-e69ae5972cfd>. Acesso em: 23 set. 2020.

UNESCO. **Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais**. Paris: Unesco, 2005. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000150224?posInSet=2&queryId=3fd72de1-04a0-427d-a750-19a6912a888e>. Acesso em: 20 set. 2020.

UNESCO. **The 2009 Unesco framework for cultural statistics**. Montreal: Unesco Institute of Statistics, 2009. Disponível em: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-cultural-participation-2009-unesco-framework-for-cultural-statistics-handbook-2-2012-en.pdf>. Acesso em: 22 set. 2020.

UNESCO. **Políticas para la creatividad**: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Paris: Unesco, 2010. Disponível em: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>. Acesso em: 24 set. 2020.

UNESCO. **Culture for development indicators**: methodology manual. Paris: Unesco, 2014a. Disponível em: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/CDIS%20Methodology%20Manual_0.pdf. Acesso em: 22 nov. 2020.

UNESCO. **The UNESCO culture for development indicators**: methodology manual. Paris: Unesco, 2014b. Disponível em: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/CDIS%20Methodology%20Manual_0.pdf. Acesso em: 3 nov. 2020.

UNESCO. **Creative economy**: special edition-wedening local development pathways. New York: United Nations; UNDP; UNESCO, 2013. Disponível em: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-en.pdf>. Acesso em: 22 set. 2020.

UNESCO. **Repensar as políticas culturais**: criatividade em desenvolvimento. Brasília: Unesco, 2018.

URFALINO, Philippe. **A invenção da política cultural**. Tradução: Fernando Kolleritz. São Paulo: Edições Sesc, 2015.

VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tania Modesto. Amostragem não-probabilística: adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas. In: **Administração On Line**, São Paulo, v. 2, 2001.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução: Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WILLIAMS, Raymond. The Analysis of Culture. In: STOREY, John. **Cultural theory and popular culture**: a reader. Athens: The University of Georgia Press, 1998.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Tradução: Marie-Anne Kremer. Minas Gerais: UFMG, 2006.

■ ■ ■

Apêndices

■ ■ ■

APÊNDICE A CARACTERÍSTICAS DO MODELO DE DESENVOLVIMENTO DO MICSUL 2018

■ ■ ■

Características	Indicadores	Descrição
Empresas participantes	406	Pequenas e médias empresas e instituições
Países representados	25	Países que tiveram um ou mais representantes
Valor negociado	≅ R\$ 20 milhões	Valor apresentado no Relatório Final das Rodadas de Negócios
Valor negociado futuro	≅ US\$ 55 milhões	Valor estimado para os 12 meses seguintes ao término do evento
Custos do evento	≅ R\$ 4,2 milhões	Valor aproximado gasto pelo Minc, Apex-Brasil e BNDES
Reunião de negócios	> 3.000	Número apresentado no Relatório Final das Rodadas de Negócios
Empregos diretos	414 vagas	Número apresentado no Relatório Final das Rodadas de Negócios
Estabilidade parcial	3 edições realizadas	Considerando que o MICBR foi a terceira edição do Micsul
Multissetorial	20 áreas do setor cultural	Classificação de acordo com MEC da Unesco (2009)
Mercado vitrine	Mais ofertantes do que compradores	Consideração a partir da análise dos dados do formulário survey
Formação de redes	Micro-redes e contatos	Consideração a partir da análise dos dados do formulário survey
Programação multissetorial	Atividades de formação diversa	Consideração a partir da análise dos dados do formulário survey
Equidade de gênero	Alta participação feminina	Consideração a partir da análise dos dados do formulário survey
Concentração de oportunidades	Predomínio do padrão branco	Consideração a partir da análise dos dados do formulário survey
Intercâmbios	Relações entre os mercados	Consideração a partir da análise dos dados do formulário survey

Fonte: Elaborado pelo autor