

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**

LOANA CALDEIRA BRANT MONTEIRO DE CASTRO

**O MINISTÉRIO DA CULTURA E OS CONCEITOS  
DE ECONOMIA DA CULTURA E ECONOMIA  
CRIATIVA ENTRE 2003 E 2014**

ECO/UFRJ

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**O MINISTÉRIO DA CULTURA E OS CONCEITOS DE  
ECONOMIA DA CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA  
ENTRE 2003 E 2014**

**BOANA CALDEIRA BRANT MONTEIRO DE CASTRO**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito necessário à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

**Orientador:** Prof. Dr. Marcos Danta Loureiro

**ECO/UFRJ**

**2014**

# **O MINISTÉRIO DA CULTURA E OS CONCEITOS DE ECONOMIA DA CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA ENTRE 2003 E 2014**

**BOANA CALDEIRA BRANT MONTEIRO DE CASTRO**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura, sob a orientação do Professor Doutor Marcos Dantas Loureiro.

Rio de Janeiro, dezembro de 2014.

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Marcos Dantas Loureiro - Orientador  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, ECO/UFRJ

---

Prof. Dr. Allan Rocha de Souza  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, IE/UFRJ

---

Prof. Dr. Henrique Antoun  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, ECO/UFRJ

## AGRADECIMENTOS

Ao professor Marcos Dantas, pela orientação, pelos questionamentos e desafios, pela firmeza com flexibilidade e compreensão.

Aos professores da Escola de Comunicação com quem tive aulas, em especial Suzy dos Santos e Muniz Sodré, pelas estimulantes leituras e discussões. Aos professores da banca da qualificação, Allan Rocha e Henrique Antoun, pelas críticas e sugestões.

Aos colegas do Peic (Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia Política da Informação e da Comunicação), em especial aos companheiros Daniel Fonseca e Pedro Aguiar, por toda a força.

À coordenação da pós-graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, na figura de Ana Paula Goullart Ribeiro, que permitiu a conclusão deste trabalho. A Thiago Couto, Marlene Cardoso Bonfim e Jorgina Costa, pela presteza e atenção.

A CAPES/CNPq, pelo apoio e bolsa concedidos.

Aos entrevistados, em especial Cláudia Leitão, Luciana Guilherme, Juliana Nolasco e Paulo Miguez.

Aos que, pelas parcerias e trabalhos, contribuíram para que resolvesse me dedicar ao mestrado: Heliana Marinho, Lala Deheinzelin, Rodrigo Savazoni e o Fórum de Cultura Digital; aos ex-colegas do CTS/FGV e do Instituto Overmundo, onde pude começar a desenvolver o tema que aqui trago, pelas oportunidades e por todo o apoio nos períodos difíceis; um agradecimento em especial a Olívia Bandeira e Leonardo de Marchi pelo apoio concedido durante o processo seletivo.

Ao pessoal da Wikimedia em São Francisco e no Brasil, pelas lições e apoio.

Ao Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, pelo apoio, pela experiência e, em especial ao pessoal do Rio, por compreendeu meu afastamento e me apoiou.

A meus queridos amigos e amigas, a quem precisei negar convites, conversas, visitas tantas vezes e que me estimularam a cada encontro (ou não encontro). Aos amigos e amigas, por compreenderem minha ausência nos momentos difíceis e alegres da vida de cada um. Às queridas Carol Ribeiro, Rachel Bragatto, Priscila Delgado de Carvalho e Aline Carrocino, pela profunda amizade no silêncio e na palavra. Ao Rodrigo Murtinho, pelo empréstimo bibliográfico de fundamental importância e pelo carinho. A todos os amigos que me ofereceram ajuda e me apoiaram das mais diversas formas. Foram muitos e não seria possível listar todos.

À minha avó, Neusa Nogueira Caldeira Brant, exemplo de vida, por sua força e reza.

Aos meus pais, Wanda Caldeira Brant e Antonio Carlos Drummond Monteiro de Castro, pelo amor incondicional, pela formação crítica, pelo estímulo, atenção e dedicação à filha. À Angélica Spinelli e a meu pai, pelo carinho especial, apoio e estímulo. À minha mãe pelas muitas noites em claro nos momentos em que precisei dela, fundamentais para a conclusão deste trabalho.

Ao meu irmão, João Brant, à Thaís Chita e à Maria Brant, pelo carinho, apoio e estímulo, e a Clarinha, que nem sabe ainda, mas chegou me estimulando a concluir essa etapa da vida.

Ao Cristiano Marinho, pelo amor, pela vida a dois, por tudo.

“O essencial da cultura, não esqueçamos, reside em que ela é a resposta aos problemas permanentes do homem. E, neste sentido, o mais importante para nós, que pensamos em cultura, é a capacidade criativa do homem. É aqui que está a ligação com o presente, com a luta pela democratização do país, pelo direito de participar na invenção do próprio futuro.”

(CELSO FURTADO, em discurso de posse no Ministério da Cultura, 1986)

## RESUMO

As expressões economia da cultura e economia criativa têm sido utilizadas para designar uma grande quantidade de definições, concebidas por diversos autores que se dedicam a estudos dessa área, bem como por organizações internacionais, órgãos públicos e atores do setor privado. São conceitos em construção, que apresentam diferenças de abordagem, escopo e revelam diferentes premissas teóricas e preocupações. No Brasil, desde 2003, o Ministério da Cultura fez diferentes usos dessas expressões, culminando em 2011 com a redefinição do conceito de economia criativa, que serviu de base para a elaboração de um abrangente plano de governo denominado Plano Brasil Criativo. O propósito desta dissertação é apresentar uma revisão bibliográfica dos conceitos de economia da cultura e economia criativa e, a partir de documentos e entrevistas, discute a maneira como o Estado brasileiro (por meio do Ministério da Cultura) os empregou na formulação de políticas para a área, entre 2003 e 2012. Para essa discussão, foram utilizadas as categorias e conceitos da economia política da comunicação, tendo em vista o capitalismo informacional e o papel da cultura na economia brasileira.

**Palavras-chave:** Economia da cultura; Economia política da comunicação e da cultura; Internet; Tecnologias da informação e da comunicação; Propriedade intelectual.



## ABSTRACT

The expressions economy of culture and creative economy have been used to designate a great number of definitions, conceived by different authors dedicated to studies about this subject, as well as by international organizations, state bodies and agents from the private sector. They are concepts that have been built and present different approaches and scope, revealing different theoretical presumptions and concerns. In Brazil, as of 2003, the Ministry of Culture have employed these expressions in different ways, culminating, in 2011, with the redefinition of the “creative economy” concept and the elaboration of a thorough government program entitled Plano Brasil Criativo. The purpose of this dissertation is to introduce a bibliographic review of the concepts of economy of culture and creative economy and, based on documents and interviews, discusses the way the Brazilian government (through the Ministry of Culture) employed them to design cultural policies from 2003 to 2012. To make that discussion, categories and concepts from political economy of communications and culture have been used, considering the informational capitalism and the role played by culture in the Brazilian economy.

**Keywords:** Economy of culture; Political economy of communications and culture; Internet. Information and communication technologies; Intellectual property.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
Capítulo 1 - O jogo das cadeiras no Ministério: dez anos de economia da cultura e economia criativa no MinC.....	26
Capítulo 2 - Economia da cultura e economia criativa.....	31
2.1 Economia da cultura e economia criativa pela ótica da economia política da comunicação e da cultura.....	35
2.1.1 A economia política da comunicação e da cultura: uma revisão bibliográfica.....	35
2.1.2 Economia criativa pela economia política da comunicação e da cultura.....	50
2.1.3 Trabalho cultural.....	53
2.2 A economia da cultura e a economia criativa nas correntes não marxistas.....	63
2.2.1 Os organismos internacionais.....	70
2.3.1 A propriedade intelectual na economia política da comunicação: o capitalismo informacional.....	78
2.3.2 Os Commons .....	89
2.4 Considerações gerais deste capítulo.....	98
2.4.1 O papel do Estado.....	102
Capítulo 3 - Ministério da Cultura: da economia da cultura à economia criativa como política para o desenvolvimento.....	107
3.1 Um resgate dos programas de economia da cultura no Ministério da Cultura entre 2003 e 2010.....	108
3.2 A Secretaria de Economia Criativa no MinC: do Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014 ao Plano Brasil Criativo.....	124
3.2.1 O Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014.....	125
3.2.2 O Plano Brasil Criativo.....	133
3.2.2.1 Objetivo, o público-alvo e as ações do Plano Brasil Criativo.....	136
3.2.2.2 A visão de desenvolvimento e Celso Furtado.....	141
3.2.2.3 Textos de referência.....	143
3.2.2.4 O fim do Plano Brasil Criativo.....	149
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	152
REFERÊNCIAS.....	162

## INTRODUÇÃO

Economia da cultura e economia criativa tornaram-se expressões comumente utilizadas nos debates sobre os setores da cultura nos últimos anos. A segunda tem sido adotada em substituição à primeira sem uma distinção crítica ou mesmo clara. É cada vez mais comum encontrá-la nas discussões sobre sustentabilidade da produção cultural, políticas públicas para o setor, bem como sobre o papel e impacto da cultura na economia e no desenvolvimento do país. Tem sido a expressão mais frequentemente empregada para designar as relações entre economia e cultura, ampliando o conceito dessa última, uma vez que abrange os chamados “criativos”, como moda, design, artesanato, entre outros, anteriormente considerados de forma isolada.

Assim como a Revolução Industrial foi acompanhada de profundas mudanças nas tecnologias da comunicação e dos transportes, provocando transformações decisivas no processo produtivo e de aceleração da produção capitalista, o período em que vivemos caracteriza-se pelo aprofundamento das transformações no sistema produtivo, possibilitadas pelo desenvolvimento e apropriação de tecnologias da informação e da comunicação e pela expansão da internet em todo o mundo. Este cenário merece e exige novas análises e uma releitura do sistema produtivo e do papel da comunicação na nova ordem mundial.

É no contexto do capitalismo informacional e fortalecimento do papel da economia criativa que se busca discutir o desenvolvimento dos conceitos e suas implicações nas políticas do Ministério da Cultura; e em que medida a produção do setor cultural é apenas mais uma face dessa nova fase do capitalismo em que espetáculos e direitos de propriedade intelectual (incluindo marcas) são chave para renda, produção de mercadorias e capital. Ou se ela, mesmo integrando um sistema de reprodução do capital, provoca mudanças nos modelos estabelecidos da produção industrial e, neste caso, em que medida tal reorganização rompe com gargalos do sistema por permitir a entrada de novos e mais criadores no cenário cultural.

Na ocasião do lançamento do estudo “Economia e cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil”, realizado em 1988 pela Fundação João Pinheiro a pedido do Ministério da Cultura, essa questão já é abordada. A introdução do economista Celso Furtado aponta como o desenvolvimento das tecnologias impactariam o mercado da cultura, ainda que focado no papel provocado pelos suportes:

A literatura oral teve uma grande importância no passado e nela fins e meios se confundem, sendo a pessoa do autor o próprio suporte de sua mensagem. Mas o que caracteriza a nossa época é a autonomia e crescente importância do suporte, cuja evolução tecnológica repercute na própria natureza da mensagem. O teatro se desdobrou no cinema, na radionovela, na telenovela; o concerto musical ao vivo, no disco, na cassete, no *compact-laser*.

Não há como negar que a evolução tecnológica dos suportes permitiu que se intensificasse a difusão da mensagem artístico-cultural. Sem a invenção da imprensa, a cultura clássica não teria penetrado no mundo europeu nos séculos XVI e XVII da forma maciça que conhecemos, motivando uma explosão de criatividade. Mas também foi a revolução tecnológica dos suportes na época contemporânea que deu origem ao que chamamos de cultura de massa, uniformizadora dos gostos e transformadora das populações inteiras em passivos consumidores de produtos culturais fabricados em grande escala. (FURTADO, 2012, p. 57)

É inegável, igualmente, que o processo de digitalização da informação e o desenvolvimento da rede mundial de computadores provocou transformações profundas às que veremos abordadas por autores como Furtado (2012) e Harvey (2012)<sup>1</sup>. Não se trata de determinismo tecnológico, mas da necessidade de se revisitar análises sobre as dinâmicas econômicas em torno da produção e do consumo dos bens culturais neste contexto, seu impacto nas relações de trabalho e as novas formas de difusão e formação de valores, provocadas também pela aceleração da circulação da informação e da cultura, entre as quais se destacam a grande estima à inovação, tão presente nos discursos sobre economia criativa, por exemplo.

A partir dessas questões, esta dissertação tem por objetivo compreender como os conceitos de economia da cultura e economia criativa influenciaram a formulação e implementação de políticas culturais em nível federal.

Para isso, sistematiza diversas abordagens dadas aos temas, apoiando-se em categorias da economia política da comunicação. Busca também contribuir para a reflexão sobre o papel central exercido pela comunicação e pela propriedade intelectual na reorganização do capital, assim como a do valor da informação e do conhecimento. As expressões economia da cultura e economia criativa, tão em voga hoje em dia, mais do que meros slogans, mais do que estudos econômicos sobre determinados setores, podem refletir o pensamento que Harvey chama de pós-moderno e considera característico do processo de acumulação flexível do capital. Assim, parece pertinente observar de que forma o emprego de um conceito ou outro

---

1 Cabe notar que, evidentemente, Harvey e Furtado referem-se às transformações tecnológicas de seu tempo. Assim, não abordam a internet como a conhecemos hoje, mas a informatização contemporânea a seus trabalhos.

(economia da cultura e economia criativa) teve consequências reais nas políticas promovidas pelo MinC no período aqui abordado, tendo como perspectiva os modos de produção cultural e de informação no capitalismo. Cabe salientar que, no entanto, não se tem a pretensão de esgotar essa discussão ou apresentar resultados conclusivos.

Mais especificamente, a questão que se pretende discutir, aqui, é como a formulação dos conceitos de economia da cultura e economia criativa, no Ministério da Cultura, influenciou o planejamento e a execução de políticas para esse setor entre 2003 e 2012. E em que medida esses conceitos subsidiaram a argumentação em favor de determinados modelos de negócios e de relações de trabalho. Ou seja, dependendo dos contornos dados a cada um dos conceitos, é possível privilegiar modelos que levem em conta trabalhadores autônomos, a gestão em coletivos informais, as organizações sem fins lucrativos, e até mesmo empreendedores de pequeno porte, ou dar destaque ao modelo industrial e à geração de emprego, cada qual com suas contradições. O quadro conceitual pode, ainda, incentivar um modelo que privilegie a concentração de renda e de capital, a concorrência entre agentes, o aumento dos gargalos para entrada de novos atores, ou então um modelo que enfatize a diversidade cultural, a colaboração e a gestão coletiva.

O pano de fundo desse debate reside nas mudanças das relações de trabalho e na possibilidade de formação de público/audiência, difusão, distribuição e produção, viabilizadas pela disseminação e apropriação de tecnologias da informação e da comunicação. A imprescindibilidade das indústrias culturais para a inserção de criadores, autores, artistas no mercado já não é mais a mesma. Isso não significa que esse tipo de indústria morreu ou vá morrer. No entanto, não é possível ignorar as mudanças pelas quais tem passado. Ela também se transformou e se fortaleceu: surgiram novos atores-chave; as grandes empresas de internet conquistaram um poder muito particular; adaptações de modelos de negócios, por parte das indústrias culturais, estão em curso e geram cada vez mais fontes de recursos; e a difusão de criações na rede, por internautas, permite a essas indústrias fazerem estudos de marketing e investirem, apenas ou principalmente, em artistas que já formaram público (dispensando investimentos de início de carreira que representavam grande risco). Ou seja, hoje além do trabalho remunerado, existe o voluntário, gratuito e que pode ser apropriado pela indústria (DANTAS, 2008; 2010; 2012). Por outro lado, as barreiras de acesso ao público, os gargalos de distribuição, as dificuldades de acesso aos meios de produção são cada vez menores e

permitem a muitas pessoas viverem do próprio trabalho artístico, por meio da gestão individual ou coletiva do trabalho.

Assim, as políticas públicas voltadas para a economia da cultura poderiam aparentemente tanto fortalecer o capital – representado pelas indústrias culturais, a indústria de direitos autorais e a grande mídia – como podem favorecer artistas autônomos, produtores culturais independentes, pequenos grupos e coletivos que façam autogestão de seus trabalhos culturais e artísticos – seja individualmente, seja por meio de organizações jurídicas, com ou sem fins lucrativos, que lhes permitam gerenciar suas atividades.

No âmbito do Ministério da Cultura, entre 2003 e 2012, mudanças na estratégia e espaço para esses temas – de uma Assessoria Especial do ministro para economia da cultura a uma Secretaria de Economia Criativa – corresponderiam ao crescimento de sua relevância, paralelamente ao aumento de atenção dada a eles por associações, pesquisadores e gestores de política pública em todo o mundo. Mas o que constitui cada um desses conceitos, em que reside sua importância e como eles vêm sendo empregados é parte do que se pretende compreender no estudo que dá origem a esta dissertação.

A cultura em si mesma não é historicamente no Brasil uma área privilegiada pela política pública. Além de contar frequentemente com um baixo orçamento quando comparado aos de outras pastas, muitas administrações municipais sequer têm uma secretaria exclusivamente destinada ao incentivo, à regulação e à promoção cultural.

Dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais - Munic do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que, em 2012, 13,5% dos municípios tinham órgãos exclusivos para lidar com a cultura, contra 9,4% em 2009 e 4,2% em 2006, o que leva à observação de que, embora tenham mais que triplicado no período de seis anos, ainda estão longe do que seria desejável.

Nos últimos anos, diversas iniciativas nos setores público e privado, tendo como mote a economia criativa e a economia da cultura, vêm sendo desenvolvidas. No setor público, a criação de departamentos, secretarias, coordenadorias e gerências dedicados a formular e implementar políticas voltadas para a economia da cultura ou para a economia criativa denota o crescente interesse e a atenção que esses temas têm despertado. Entre os exemplos, destacam-se a Secretaria de Economia da Cultura do Ministério da Cultura, a Coordenadoria de Economia Criativa da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, a gerência de

Economia Criativa da Diretoria de Desenvolvimento Econômico Estratégico do Instituto Pereira Passos da Prefeitura do Rio de Janeiro, a Diretoria de Economia Criativa do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, o Programa de Fomento à Economia da Cultura da Secretaria do Estado da Bahia, as linhas de financiamento para Economia da Cultura no Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) o núcleo Pernambuco Criativo da Fundação de Arte de Pernambuco. No campo privado, assistimos ao surgimento do departamento de economia criativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em diversos estados, além de departamentos de pesquisa, como a primeira pós-graduação em Economia da Cultura, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

No meio acadêmico, a própria seção brasileira da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e da Cultura (Ulepicc-Brasil) incluiu, em 2010, um grupo de trabalho (GT) em Economia da Cultura em seu encontro nacional, que reúne pesquisadores da economia política da comunicação e da cultura. Em 2012, o 4º encontro da Ulepicc, sediado na Universidade Estadual do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), teve entre seus painéis temáticos o de economia política da arte e da cultura, que contou entre seus expositores com a participação da então secretária de Economia Criativa, Cláudia Leitão. Em sua 5ª edição, o evento de 2014 tem como tema “Comunicação, cultura, informação e democracia: tensões e contradições”. À denominação do referido GT acrescentou-se a dimensão “política”, demarcando as características que distinguem o campo da economia política da comunicação e da cultura. A apresentação do encontro sintetiza:

A nova configuração da economia mundial, somada à expansão das indústrias midiáticas, das redes digitais e dos dispositivos móveis – que se multiplicam em quantidade e qualidade atordoantes, processo em meio ao qual os conglomerados de comunicação e cultura extrapolam os limites físicos territoriais, operando sob uma lógica de mercado global e segmentado –, traz à tona uma série de questões relativas ao campo infocomunicacional que interferem diretamente na economia, na política e na cultura de todos os países. O avanço no desenvolvimento de tecnologias diversas e a convergência de meios e capitais demandam novas reflexões sobre a legislação vigente e as ações públicas e privadas no que respeita à regulação do setor.

[...]

Nesse sentido, o fortalecimento do pensamento crítico sobre os papéis do Estado, dos mercados e da sociedade se faz necessário para embasar ações no campo político, voltadas à regulação dos meios e redes digitais, à democratização da comunicação, à inclusão social, à promoção da participação popular. Para tanto, é condição preliminar o debruçamento sobre o arcabouço teórico que envolve questões como economia criativa, concentração de mercados, economia política da informação, da comunicação e da cultura, economia política dos eventos culturais, artísticos e esportivos, a indústria audiovisual etc., no intuito de entender os processos em andamento e propor direcionamentos contra hegemônicos que

possibilitem uma mudança real nos fazeres infocomunicacionais. (ULEPICC, 2014)

Assim, mesmo de que de maneira incipiente, há demonstrações de esforços empreendidos tanto pelo Estado como pela academia para transpor o desafio que é compreender as complexas relações entre economia e cultura e suas dinâmicas sociais e políticas, buscando superar a ausência de atenção a esses temas que marcava essas instituições:

Infelizmente, tanto os planejadores da política cultural (se é que se pode ainda falar nisso), como muitos dos seus críticos, desconhecem a problemática econômica envolvida e se esquecem que não é possível pensar a questão cultural sem levar em consideração o oligopólio televisivo, por exemplo, e as práticas políticas, sociais e culturais a ele relacionadas. (BOLAÑO, 2000, p. 275)

Ao longo da última década, assistimos à crescente efervescência desses temas, que parecem ter atingido seu ápice em 2011 e 2012, quando as transformações no Ministério da Cultura pautaram de maneira mais intensa o debate, tornando-se mais recorrente não apenas na esfera pública midiática, mas também em seminários, congressos, editais públicos, programas de fomento, financiamento, prêmios etc. Em 2014, pode-se dizer que a expressão economia criativa estabeleceu-se de tal maneira que o debate conceitual em torno dela retornou a nichos de pesquisadores – tornando-o ainda mais relevante, para que não o imobilizemos, prejudicando assim seu desenvolvimento e a análise crítica.

É nesse contexto que se insere este trabalho – o da crescente atenção que os temas da cultura e de seus potenciais para a economia e desenvolvimento do país vêm ganhando na academia, no governo, no terceiro setor e em empresas, não só no Brasil como internacionalmente, no contexto do chamado capitalismo informacional.

## **Metodologia**

Para entender como os conceitos de economia da cultura e economia criativa desenvolveram-se dentro do Ministério da Cultura e influenciaram políticas entre 2003 e 2012, inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica acerca de tais conceitos, de modo a buscar os possíveis alicerces em que se arquitetariam os planos ministeriais.

Uma vez formuladas com base nessa literatura, foram realizadas entrevistas semiestruturadas em profundidade, com três dos cinco gestores de economia criativa ou economia da cultura daquele Ministério. São eles Paulo Miguez, ex-Secretário de Políticas



Culturais; Juliana Nolasco, ex-Coordenadora de Economia da Cultura; e Cláudia Leitão, ex-Secretária de Economia Criativa. Os dois que não puderam ser entrevistados são Paula Porta e Marcos André de Carvalho, tendo este último assumido o cargo em setembro de 2013.

Também foram sistematizados os orçamentos autorizados e executados nos programas diretamente relativos à área. Aqui, cabe uma observação: o maior desafio de realizar essa análise orçamentária está associado à dispersão dos investimentos e despesas governamentais para a área. Pode-se compreender que os departamentos voltados para o desenvolvimento de economia da cultura e economia criativa do Ministério da Cultura representam e representaram apenas uma parte muito pequena, quase irrisória, das políticas do setor. Sendo responsáveis pelo diálogo, coordenação, articulação e formulação de políticas, os departamentos batizados com as expressões economia da cultura e economia criativa não são exclusivamente responsáveis pelo fomento aos setores culturais e/ou criativos, bem como pelas ações de promoção e desenvolvimento desses setores em si. Ao contrário, a maior parte dos recursos vem do Fundo Nacional de Cultura (FNC) e de entidades vinculadas, como Agência Nacional do Cinema (Ancine), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Fundação Nacional das Artes (Funarte), entre outras. Os incentivos fiscais, dados principalmente por meio da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual, também podem ser entendidos como parte da política de fomento e crescimento da economia do setor.

Além disso, foram realizadas análises de documentos, leis, decretos, editais, declarações e materiais de referência nacionais e internacionais, bem como dos discursos oficiais de agentes desse campo. As buscas para cumprir essa etapa foram feitas em textos, em entrevistas concedidas à imprensa e em reportagens publicadas pela mídia acerca do tema, assim como em documentos de instituições parceiras mencionadas no parágrafo anterior.

Para a análise de documentos públicos, orçamentos e programas de políticas públicas, foi realizado um mapeamento inicial com monitoramento do que já estava disponível e do que precisava ser requerido por meio da Lei de acesso à informação. O site do Ministério da Cultura passou por uma série de reformas desde 2003, algumas versões e documentos foram arquivados, mas não a sua totalidade. Entre os documentos-chave, de circulação interna, que pude obter por meio da ex-secretária de Economia Criativa, Cláudia Leitão, está o Plano Brasil Criativo, que, apesar de ter sido apresentado à presidenta Dilma Rousseff e a alguns ministérios, seu conteúdo permanece desconhecido pelo grande público.

Por se tratarem de conceitos transdisciplinares por natureza, a metodologia aqui aplicada teve como eixo a economia política da comunicação, mas dialogou também de alguma forma com aspectos do direito e da nova economia política institucional. No campo do direito, levou-se em conta o marco legal relativo aos direitos de propriedade intelectual no país, bem como os tratados internacionais nesse campo, em especial no que diz respeito aos direitos autorais, além de se trabalhar com a análise de pesquisadores desse campo, como Mizukami. A teoria econômica institucional é uma linha que foca nas normas e regras sociais e legais, consideradas “instituições”, que envolvem atividades econômicas. Ela pode ser conferida na análise de Elinor Ostrom sobre a governança dos espaços e bens “comunitários”, comuns, ou, como se convencionou chamar, os *commons*. Ostrom, cientista política norte-americana, é uma das vencedoras do Prêmio Nobel de Economia e a única mulher a vencer o prêmio nesta categoria. Para além disso, a economia política das instituições está presente na avaliação do papel normativo do Ministério da Cultura e do conceito de economia criativa para a construção de políticas.

A economia política da comunicação e da cultura compreende os estudos sobre relações de produção e de poder dos processos comunicacionais e culturais, apoiando-se em categorias marxianas como o trabalho, o monopólio, as indústrias e o capital. Ela é essencial para compreendermos o cenário em que emergem as políticas para a economia criativa e o discurso sobre elas, cenário este caracterizado pelo crescente papel das tecnologias da informação e da comunicação digitais na produção e distribuição de conhecimento e de cultura, bem como o das indústrias deste setor, em especial aquelas que agregam e organizam o enorme conjunto de informações e dados produzidos em todo o mundo.

A escolha de implementar essa análise com base nas categorias marxianas e, em especial, da economia política da comunicação e da cultura suscita uma série de desafios.

O primeiro deles diz respeito ao fato de que a maioria dos autores mais consagrados no tema, ou mais adotados pelas instituições públicas e privadas que desenvolvem políticas para a área, não faz parte dessa corrente. Não só suas obras, conceitos e elaborações ignoram os acúmulos teóricos produzidos por autores marxistas, como também esses últimos muito raramente os mencionam, geralmente sequer compõem suas bibliografias. Assim, o esforço de produzir um diálogo entre as distintas tendências teóricas que abordaram a problemática da economia da cultura e da economia criativa, em uma dissertação de mestrado, torna-se

sobremaneira difícil, por seu ineditismo. Assim, o que se verá ao longo deste trabalho é menos um diálogo crítico e mais uma observação analítica que apresenta os argumentos-chave e pressupostos teóricos da perspectiva crítica da economia política da comunicação e da posição mais otimista e positiva dos teóricos que veem, no atual contexto, oportunidades a serem exploradas no capitalismo para a promoção da diversidade cultural.

O segundo refere-se à complexa adaptação necessária dos conceitos de Marx para uma análise do capitalismo informacional – esforços que vêm sendo empreendidos com por autores como César Bolaño, Marcos Dantas, Luis Albornoz, Gáetan Tremblay, Ramón Zallo entre outros.

O terceiro reside na multiplicidade de análises contemporâneas sobre as transformações produzidas pela expansão das tecnologias da informação e da comunicação (TICs). Trata-se de um processo que ainda estamos vivendo e cujos impactos ainda estão sendo observados. Por não acreditarmos em qualquer tipo de determinismo, seria precipitado afirmar categoricamente que mudanças esse processo imporá à sociedade – se as oportunidades salientadas por algumas tendências tendem a ter mais, ou menos, espaço para se efetivarem.

Ademais, as múltiplas correntes teóricas apresentam, todas elas, aspectos importantes e interessantes de serem levados em consideração – e muitas delas debruçam-se sobre o problema da concentração, do monopólio e dos gargalos para a diversidade cultural. Não obstante, não são muitas as que fizeram uma leitura crítica sobre como as redes – com seu potencial democratizante – estão se estruturando no capitalismo atual. Um certo deslumbre com as oportunidades tem nos dificultado olhar friamente para outras formas de concentração de capital e de poder. A economia política da comunicação e da cultura é uma das correntes que têm se dedicado a estudos dessa natureza.

O quarto reside na própria amplitude da economia política. Adam Smith e David Ricardo foram pais da economia política e a longa e complexa genealogia constituída pelas diferentes correntes promoveu “descendentes” tão distintos e distantes que, hoje, muitos economistas políticos são fundadores de pensamentos diametralmente opostos – como o liberalismo e o marxismo. Importantes teóricos do liberalismo são considerados estudiosos da economia política, como William Baumol e Gary Becker. Há ainda economistas políticos identificados com a “*new institutional economics*”, como é o caso de Elinor Ostrom, que trouxe contribuições importantes para a análise do papel do conhecimento e da propriedade

intelectual na economia. As escolas anglo-saxãs, embora tenham exercido forte influência sobre a economia política latino-americana, também apresentam contornos essencialmente distintos da nossa – possivelmente resultado das diferentes realidades históricas e constituições sociais.

Na era do capitalismo informacional, a cultura, os direitos de propriedade intelectual, a informação e a produção de bens simbólicos e chamados por alguns de “imateriais” passaram a desempenhar um papel central na organização do capital, da sociedade e do trabalho.

Uma observação a respeito da materialidade ou imaterialidade dos bens simbólicos faz-se necessária: no âmbito da economia política da comunicação e da cultura, o capital simbólico não deve ser considerado imaterial, pois ele contém valor. Neste sentido, o trabalho informacional e simbólico é tão material quanto qualquer outro. Como afirma Dantas,

[...] pensando no debate de hoje (2012), a categoria trabalho informacional, que aqui apresento, surge como uma negação *avant la lettre* àquelas invencionices pós-modernas. O trabalho informacional é material, pois é transformação, pelo corpo humano e sua mente, através de próteses adequadas (ferramentas e tecnologias), de materiais portadores de signos que contêm valor pelo signo que portam. Trabalho imaterial somente se for aquele feito por Deus no ato da criação (2012, p. 17-18).

Percebidas por pesquisadores, empresários, estudiosos e ativistas, as mudanças na organização econômica do trabalho em uma sociedade fortemente caracterizada pelo capital simbólico vêm sendo cada vez mais incorporadas às preocupações dos governos e do setor público em geral, e conseqüentemente às políticas públicas, ainda que por vezes de maneira tímida. Como diz Venturelli,

a globalização da Economia da Informação e a internacionalização do ciberespaço torna imperativo que os conceitos de cultura e criatividade sejam reavaliados e reposicionados no centro da política pública. Isso requer o reconhecimento de que os desafios da cultura e da criatividade na Economia da Informação sejam abordados em termos de políticas dando a direção da produção, distribuição e exploração de expressão. Esses dois argumentos formam a base para um conjunto de recomendações, guias e princípios para a política nacional e internacional (VENTURELLI, 2002).

No âmbito da economia política da comunicação, para diferenciar a produção de saberes, cultura e arte e a de outros produtos, um caminho tem sido fazer as leituras das transformações sociais na era do capitalismo informacional (DANTAS, 1994; DANTAS, 2012) utilizando-se das concepções de trabalho abstrato e trabalho concreto, trabalho vivo e trabalho morto (ou passado), bens materiais e imateriais.

As amplas dimensões econômico-produtivas que 'informação' e 'conhecimento'

alcançaram no capitalismo avançado têm justificado os esforços teóricos para defini-lo como capitalismo cognitivo (Azaïs et alii, 2001) ou capital-informação (Dantas, 1996; Dantas, 1999), termos que traduziriam uma nova etapa histórica da evolução do capital. Essas mesmas aparentemente recém-desenvolvidas dimensões econômicas do capitalismo suscitam novos e sérios problemas institucionais e políticos, ligados à apropriação do valor do conhecimento; e, também, um grande desafio teórico, já que as teorias econômicas, tanto as clássicas, quanto as neoclássicas, excluía a "informação" e o "conhecimento" de suas formulações, ou melhor, tomavam-nas como elementos pressupostos. (DANTAS, 2006)

Não se pretende restringir a cultura a um fenômeno econômico. Ao contrário, é fundamental reconhecer, até pelas características próprias desse setor, que os aspectos que a envolvem vão muito além da economia. Como afirma Zallo:

A economia, sozinha, explicaria a propriedade, a mercadoria, as relações entre capital e força de trabalho, processos produtivos, produções concretas, setor, conselhos de administração, concentração, funcionamento empresarial, comportamentos no mercado, política econômica... o resto não. (ZALLO, 2011, p. 21)

As particularidades desse mercado, no entanto, não tornam o setor cultural menos relevante dentro de uma análise do sistema econômico capitalista. O importante é observar as relações (com suas tensões e distensões) entre cultura e economia. Durante muitos anos ao longo do século XX, os economistas neoclássicos relegaram a segundo plano a importância desse setor para a economia, atribuindo pouca importância aos estudos, pesquisas e análises em torno dele. Conforme acentua Benhamou, “poucos economistas mostraram interesse pela arte ou pela cultura. Se por acaso o fizeram algumas vezes, foi menos como economistas do que por força de suas inclinações artísticas” (BENHAMOU, 2007, p. 15).

Isso não quer dizer que a cultura fosse ignorada por completo. A Escola de Frankfurt, fundada ainda na década de 1920, produziu uma das mais marcantes críticas ao modelo de produção das artes e da cultura, formulando o já tão consagrado conceito de “indústria cultural”. As teorias econômicas clássica e neoclássica também produziram inúmeros estudos sobre o consumo, mas esbarraram em desafios no processo de adaptação para tratar do setor da cultura. Ao questionar o paradigma neoclássico que serve à análise econômica, Benhamou afirma:

O economista tem dificuldade em explicar aqueles consumos que são mais sensíveis, a priori, aos fatores psicológicos ou sociológicos do que aos econômicos. A teoria econômica padrão pressupõe que o consumidor é racional: seus gostos são estáveis e ele é capaz de ordenar suas escolhas e de levar em conta as restrições de renda a que está sujeito. Parte-se da hipótese de que a utilidade, isto é, a satisfação que obtém com seu consumo, decresce proporcionalmente ao aumento desse consumo: ele consome uma unidade adicional de um bem enquanto a utilidade marginal desse

bem for superior a seus custo marginal. No melhor dos casos, a utilidade marginal é igual ao preço.

Os consumos culturais não se prestam muito a esse tipo de análise. Algumas vezes, o bem cultural é coletivo: nada impede que vários visitantes de um museu sintam prazer ao mesmo tempo na contemplação de um quadro, salvo no caso de aglomeração de muita gente na sala. A utilidade marginal só diminui quando se trata de um consumo isolado (o visitante de museus passa em média nove segundos diante de uma obra, mas esse tempo diminui à medida que sua visita se prolonga [Grampp, 1989]). Em contrapartida, ela [utilidade marginal] aumenta na maioria dos casos: o prazer e a vontade de consumir aumentam proporcionalmente ao consumo. Por consequência, os gostos parecem evoluir no curso do tempo, contrariamente ao princípio de racionalidade dos consumidores. (BENHAMOU, 2007, p. 28-29).

Assim, diferentemente de outros mercados, o consumo cultural não tenderia ao esgotamento ou à redução da utilidade do produto uma vez consumido. Ou seja, ao contrário de quando se compra um bem, como um eletrodoméstico, automobilístico, um aparelho eletrônico, ou um imóvel, que saciaria a necessidade do indivíduo ao menos por determinado intervalo de tempo (até que o bem se tornasse obsoleto ou desgastado, gerando necessidade de substituição por um novo), o consumo cultural poderia resultar em maior necessidade e interesse por outros bens ou experiências culturais.

As análises de consumo cultural podem distinguir-se de acordo com a teoria econômica a subsidiar os estudos, mas um elemento é recorrente: a questão do tempo. O consumo de cultura – considerado aqui o de bens e experiências culturais de uma perspectiva não antropológica, na qual a cultura integraria as sociedades e os indivíduos de maneira intrínseca e não dissociada de sua vida e seu trabalho, portanto não externa e não consumível – está associado, quase sempre, inclusive de uma perspectiva marxista, ao tempo livre disponível pelo trabalhador para usufruir do prazer cultural e do lazer. Para Harvey,

Dentre os muitos desenvolvimentos da arena do consumo, dois têm particular importância. A mobilização da moda em mercados de massa (em oposição a mercados de elite) forneceu um meio de acelerar o ritmo do consumo não somente em termos de roupas, ornamentos e decoração, mas também numa ampla gama de estilos de vida e atividades de recreação (hábitos de lazer e de esporte, estilos de música pop, videocassetes e jogos infantis etc.). Uma segunda tendência foi a passagem do consumo de bens para o consumo de serviços – não apenas serviços pessoais, comerciais, educacionais e de saúde, como também de diversão, de espetáculos, eventos e distrações. O 'tempo de vida' desses serviços (uma visita a um museus, ir a um concerto de rock ou ao cinema, assistir a palestras ou frequentar clubes), embora difícil de estimar, é bem menor do que o de um automóvel ou de uma máquina de lavar. Como já limites para a acumulação do giro de bens físicos (mesmo levando em conta os famosos seiscentos pares de sapatos de Imelda Marcos), faz sentido que os capitalistas se voltem para o fornecimento de serviços bastante efêmeros em termos de consumo. Essa busca pode estar na raiz da rápida

penetração capitalista, notada por Mendel e Jameson, em muitos setores da produção cultural a partir da metade dos anos 60. (HARVEY, 2012, p. 257)

Harvey discute, então, os efeitos de tal lógica na sociedade como um todo: o enaltecimento do instantâneo, do descarte, do efêmero, da velocidade, da volatilidade, que exigem das corporações não apenas a capacidade de se transformarem e se adaptarem rapidamente, mas também de planejarem as mudanças, a volatilidade ganha contornos de inovação permanente.

Por intermédio desses mecanismos [de descarte não só de bens, mas de estilos de vida, valores etc.] (altamente eficazes da perspectiva de aceleração do giro de bens de consumo), as pessoas foram forçadas a lidar com a descartabilidade, a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea. [...]

Para falar a verdade, hoje é tão importante aprender a trabalhar com a volatilidade quanto acelerar o tempo de giro. Isso significa ou uma alta adaptação e capacidade de se movimentar com rapidez em resposta a mudanças de mercado, ou o planejamento da volatilidade. [...]

Dominar ou intervir ativamente na produção da volatilidade envolvem, por outro lado, a manipulação do gosto e da opinião, seja tornando-se um líder da moda ou saturando o mercado com imagens que adaptem a volatilidade a fins particulares. Isso significa, em ambos os casos, construir novos sistemas de signos e imagens, o que constitui em si mesmo um aspecto importante da condição pós-moderna. [...]

Para começar, a publicidade e as imagens da mídia [...] passaram a ter um papel muito mais integrador nas práticas culturais, tendo assumido agora uma importância muito maior na dinâmica de crescimento do capitalismo. (HARVEY, 2012, p. 258-259)

Atrelada ao fator tempo, tratar de inovação tornou-se chavão nos discursos sobre economia criativa, como um caminho importante para a sobrevivência nos mercados e com bastante incidência no campo da cultura e da tecnologia. Contudo, apesar do “modismo” no emprego do termo, Celso Furtado, em curso sobre Economia do desenvolvimento ministrado na PUC-SP em 1975, já abordava a criatividade, a tecnologia, a inovação e a economia, de maneira singular e bem mais sistêmica – relacionando informação, tecnologia e economia.

Nas sociedades capitalistas atuais, o quadro institucional que permite a apropriação do excedente apresenta uma enorme complexidade. Ainda inclui resquícios da escravidão, como são as formas mais ou menos veladas de exploração das mulheres e de certas minorias sociais e culturais, mas assume principalmente a forma sofisticada de controle da criatividade e de manipulação da informação. Com efeito: a reprodução das sociedades capitalistas atuais, ou seja, a estabilidade das estruturas sociais não igualitárias em meio à enorme abundância de recursos que as caracterizam, depende muito menos do controle por grupos privados dos bens de produção do que do controle por esses grupos – diretamente ou por intermédio do Estado – da criatividade artística, científica e principalmente tecnológica, que lhe é condicionada, e do fluxo de informações que brota dessa criatividade. A orientação do fluxo de inovações dá estabilidade à distribuição da renda, ou seja, assegura que o excedente cresça com a mesma intensidade que a produtividade do trabalho.” (FURTADO, 2008, p. 42-43)

No caso dos mercados culturais, o crescimento do excedente estaria associado à renda e ao tempo. Sem este, o excedente de renda não seria necessariamente suficiente para se desfrutar de mais obras artísticas e culturais. Paralelamente, as produções de tais obras também podem ser potencializadas pelo aumento da renda, e pelo desenvolvimento de ciência, conhecimento e tecnologia.

Celso Furtado foi além da discussão sobre o consumo cultural e dedicou-se também à reflexão sobre o trabalho, o trabalhador e a produtividade:

Na visão econômica dos processos produtivos, o trabalho é simplesmente um meio, fator de produção cuja produtividade tende a aumentar na medida em que avançam acumulação e técnicas. Ora, no mundo das artes o trabalho não é apenas meio mas também fim. Neste último caso, faz-se difícil introduzir o conceito de produtividade. [...] As observações acima são suficientes para mostrar a significação dos estudos de economia da cultura na formulação das políticas culturais. As atividades culturais incluem-se entre aquelas cuja demanda apresenta uma elevada elasticidade-renda, sendo ao mesmo tempo fortes criadoras de emprego e fracas consumidoras de divisas. Contudo, carecemos de informações sobre essa matéria, até hoje considerada de pouca relevância econômica. (FURTADO, 2012, p. 58-59)

À medida que governos de países como Inglaterra, Austrália e até mesmo a França colocaram a economia da cultura (no caso francês) ou a economia criativa (na Inglaterra e Austrália) como um setor a receber atenção do Estado para seu desenvolvimento, cresceu o número de estudos econômicos dedicados mais detidamente às dinâmicas econômicas para além do consumo no campo da cultura. Benhamou, economista que foi secretária-geral da Biblioteca Nacional de Artes e conselheira do Ministério da Cultura francês entre 1989 e 1991, teve sua obra intitulada *A economia da cultura* publicada em 2007. Throsby, economista doutorado pela London School of Economics e hoje professor da Universidade de Macquarie, devido a seus trabalhos, integrou conselhos de instituições culturais como o Museu Australiano e o Museu de Arte Contemporânea e consagrou-se como referência na área. No Brasil, poucos estudiosos se dedicavam ao tema quando o Ministério da Cultura decidiu formular uma política para o setor e viu-se frequentemente adotando as definições formuladas por Throsby até 2011. Naquele ano, a Secretaria de Economia Criativa decidiu reconceituar a expressão, reunindo acadêmicos do país para, juntos, construir um conceito brasileiro. Desde então, as iniciativas de mapeamentos, experimentos, editais, estudos e pesquisas cresceram assim como os recursos públicos destinados a essas atividades.

Tendo em vista as considerações acima expostas, com base em leituras e entrevistas,



este estudo parte da hipótese de que a utilização do conceito de economia criativa, em lugar do conceito de economia da cultura, provocou mudanças nas políticas formuladas e implementadas pelo Ministério da Cultura.

Esta dissertação está dividida em três capítulos: 1) O jogo das cadeiras no Ministério: dez anos de economia da cultura e economia criativa no MinC; 2) Economia da cultura e economia criativa; 3) Ministério da Cultura: a economia criativa como estratégica para o desenvolvimento. Por fim, as considerações finais trarão algumas reflexões à luz dos conceitos trabalhados ao longo da dissertação.

O primeiro capítulo traz a cronologia dos gestores do tema no Ministério da Cultura, introduzindo brevemente a marca impressa por cada um deles; o segundo apresenta e discute os conceitos de economia criativa e economia da cultura a partir da literatura da economia política da comunicação e da cultura sobre o assunto, bem como a partir das definições criadas por teóricos de correntes da economia neoclássica e de organizações internacional, como Unctad; ainda no segundo capítulo, busca-se analisar a relação entre esses conceitos e o capitalismo informacional, bem como o papel da propriedade intelectual nesse contexto e sua relação com economia criativa e economia da cultura; o terceiro capítulo busca expor e discutir a maneira como o Ministério da Cultura incorporou ou desenvolveu esses conceitos e em que medida algumas das políticas culturais formuladas e executadas pelo Estado refletiram (ou não) as visões imbricadas nos conceitos utilizados; nesse mesmo capítulo, procurou-se analisar os planos da Secretaria de Economia Criativa e o Plano Brasil Criativo, documentos que se pretenderam fundadores e referenciais da construção de uma nova política para o desenvolvimento; as considerações finais buscam levantar questões para que se possa avançar no desenvolvimento dos problemas suscitados ao longo desta dissertação.

## Capítulo 1

### O jogo das cadeiras no Ministério: dez anos de economia da cultura e economia criativa no MinC

Economia da cultura, PIB da cultura, investimento estatal direto e indireto, a cultura como trabalho são assuntos que já haviam sido introduzidos no âmbito do Governo Federal quando o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva tomou posse, em 2003.

Em 1986, o economista Celso Furtado foi nomeado Ministro da Cultura, levando ao Governo Federal a preocupação com os aspectos econômicos relacionados à cultura, entendendo-a como “a dimensão qualitativa de tudo que cria o homem” (FURTADO, 2012, p. 51). E propunha, no texto de abertura dos estudos encomendados, por aquele Ministério, à Fundação João Pinheiro, publicados em 1988, que “[...] sistema de valores, a cultura é da esfera dos fins e a lógica dos fins escapa ao cálculo econômico em sua versão tradicional” (FURTADO, 2012, p. 57).

Já antes, ainda na Presidência Fernando Henrique Cardoso, estando o cientista político Francisco Weffort à frente do Ministério da Cultura, o governo analisou a importância da cultura para a economia e os investimentos do Estado, o que pode ser verificado em estudos encomendados à Fundação João Pinheiro (MOISÉS, 1998), e em entrevista de Francisco Weffort ao jornal *O Estado de S. Paulo*<sup>2</sup>.

No entanto, o debate ficava ainda circunscrito a poucos atores no Brasil e o Ministério não tinha em sua estrutura uma pasta destinada diretamente ao assunto.

Desde que Gilberto Gil assumiu o Ministério da Cultura no primeiro mandato do governo Lula, em 2003, a abordagem da cultura como um setor econômico e produtor de riqueza esteve presente de diferentes formas. No entanto, não se constituiu como uma política continuada, tendo em boa parte do tempo caracterizado-se por iniciativas quase individuais dos gestores.

O primeiro período, entre 2003 e 2005, foi caracterizado pela participação do então secretário da Secretaria de Políticas Culturais (SPC), Paulo Miguez, atual professor e pesquisador da Universidade Federal da Bahia, no debate internacional sobre o tema. À

---

<sup>2</sup> Cultura é desigual como a sociedade, diz Weffort. *O Estado de S. Paulo*, 2002. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2002/not20020513p6836.htm>

época, ele e Isaura Botelho, coordenadora do setor de pesquisas e planejamento daquela Secretaria, empreenderam um esforço de criar elementos estruturantes – estudos, pesquisas, seminários, articulações nacionais e internacionais – para a definição de políticas para o setor, assim como fizeram um acordo de cooperação técnica entre o MinC e o Instituto Brasileiro de Estatística e Geografia (IBGE), para criar indicadores culturais<sup>3</sup>. Uma das últimas tarefas de Miguez à frente da Secretaria foi organizar o trabalho do Ministério da Cultura em relação à economia criativa, em estreita colaboração com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad - United Nations Conference on Trade and Development), cuja décima primeira sessão ocorreu em 2004, em São Paulo.

Em 25 de janeiro de 2006, Paula Porta foi nomeada assessora especial do ministro Gilberto Gil e assumiu o tema. Foi um período estruturante também, caracterizado por certo isolamento do assunto internamente, mas de expansão do diálogo com os setores culturais economicamente ativos e com a sociedade como um todo por meio da publicação de artigos sobre a matéria, um deles na *Folha de S.Paulo* assinado em conjunto com o ministro<sup>4</sup>. Sob a liderança de Gil, o Ministério da Cultura criou uma Assessoria Especial e designou-a a coordenar o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Prodec), aprovado no âmbito do Plano Plurianual em junho de 2006, com o objetivo de construir “indicadores, estatísticas, diagnósticos, capacitação, promoção de negócios, divulgação de produtos e serviços culturais” com orçamento próprio de 2007 em diante. As primeiras iniciativas foram a contratação de um diagnóstico dos investimentos em cultura (assim como o que havia sido feito pela Fundação João Pinheiro), e a realização da Feira Música Brasil, cuja primeira edição ocorreu em 2007, em Recife. Nesse mesmo ano, Paula Porta declarou ao site do MinC “a economia da cultura tem potencial para ser um vetor de desenvolvimento do país e precisa ser entendida como setor estratégico”.

Já no segundo mandato do presidente Lula, com Juca Ferreira à frente do Ministério<sup>5</sup>, em agosto de 2008, Juliana Nolasco Ferreira assumiu a Coordenação Geral de Economia da

---

3 IBGE e MinC assinam acordo para produzir estatísticas culturais. Sítio de IBGE. Publicado em 17 de dezembro de 2004. Disponível em:

[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/17122004acordo\\_cultura.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/17122004acordo_cultura.shtm)

4 GIL, Gilberto e PORTA, Paula. Economia da Cultura. *Folha de S.Paulo*, publicado em 03 de fevereiro de 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz0302200809.htm>

5 Juca Ferreira fora secretário-executivo do Ministério da Cultura e tinha sido nomeado interino desde 01/08/2008. Assumiu definitivamente o cargo de ministro em 28 de agosto de 2008, quando Gilberto Gil deixou o governo.

Cultura e Estudos Culturais (cargo que ocuparia até fim de junho de 2010), com uma equipe de mais três pessoas, trabalhando de forma transversal com outras diretorias e secretarias do Ministério. Em 2009, no âmbito da Secretaria de Políticas Culturais, o Ministério da Cultura criou a Coordenação Geral de Economia da Cultura e Estudos Culturais (CGEC), submetida à Diretoria de Estudos e Monitoramento da Secretaria de Políticas Culturais. O principal objetivo dessa gestão era reunir, analisar e oferecer dados e informações para a formulação de políticas públicas, além de atuar na capacitação de agentes culturais para a formalização e estruturação de modelos de negócios compatíveis com suas atividades no contexto da época. A maior realização da coordenação foi a organização e publicação do *Cultura em Números* (MinC, 2009 e 2010), um anuário com dados do estado da arte de equipamentos culturais, atividades artísticas, volume de circulação de recursos, feito em parceria com instituições como Ipea, IBGE, Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Facamp.

Foi um período de criação de uma nova estrutura no ministério – a da coordenação de Economia da Cultura e Estudos Culturais. Quando Nolasco foi convidada para assumir uma nova coordenadoria, a proposta era a de criar um programa novo, com uma pauta que ela viria a propor, baseada em trabalhos e levantamentos que já vinha realizando na Secretaria de Assuntos Estratégicos, onde trabalhava à época, dando continuidade ao trabalho que o MinC já havia iniciado. Em entrevista à autora, nem Paulo Miguez, nem Juliana Nolasco mencionaram um ao outro. Apesar da diferença de nomenclaturas, a agenda do período em que ela esteve à frente do tema dialogou com os períodos anteriores e o posterior: a continuidade dos termos de cooperação e geração de informações para a gestão dos setores culturais remontam à gestão de Miguez, o fomento a atividades como a Feira de Música representa continuidade da agenda de Paula Porta, a formulação de um observatório nacional de economia da cultura seria incorporada na pauta proposta por Leitão, assim como a formação de uma rede nacional de gestores de economia criativa, na época denominada Em Pauta. Apesar das mudanças de nomes e “marcas” dos programas, e não obstante a sensação de estar dando início à institucionalização de um tema até então tratado de forma bastante dispersa, as políticas, em si, caracterizaram-se por continuidade e transição. Entre os elementos de transição, está o fato de, apesar de ter sido uma coordenação de economia da cultura, constituir uma rede de gestores em economia criativa, incorporando as definições da Unctad, no lugar da expressão que dava nome à coordenação. Talvez por isso, também, tenha

sido um período bastante voltado para a organização da pauta internamente, com poucas iniciativas de levar a pauta ao público, e concentrado na construção de diretrizes para uma política articulada com as demais áreas do Ministério.

Com a eleição da presidenta Dilma Rousseff em 2010 e nomeação, em 2011, da nova ministra da Cultura, Anna de Hollanda, Cláudia Leitão foi convidada a chefiar o que viria a ser a Secretaria de Economia Criativa – até então inexistente. A criação dessa nova Secretaria levou mais de um ano, mesmo após a contratação da equipe alocada em diferentes diretorias do Ministério e marca o início de um novo discurso público.

Esse foi o período de maior visibilidade do tema na sociedade, sendo uma das poucas “pautas positivas” da pasta na mídia (que se encontrava na “defensiva” por polêmicas em torno de proximidade da então ministra com o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição – Ecad, da retirada da licença *Creative Commons* do site do Ministério e o pedido de devolução, para o órgão, do anteprojeto que faria as alterações na lei de direito autorais), e caracterizou-se pela construção e adoção de um conceito próprio e brasileiro para a expressão economia criativa e pela formulação de um plano transversal aos diversos ministérios e órgãos do governo, que teve como destino a Casa Civil, que será analisado no terceiro capítulo.

Com a substituição de Anna de Hollanda por Marta Suplicy, em setembro de 2012, Cláudia Leitão foi exonerada e, em seu lugar, entrou Marcos André Carvalho, que fora coordenador de Economia Criativa na Secretaria de Cultura do estado do Rio de Janeiro entre 2009 e 2012.

Em cada um desses períodos, o assunto em questão foi tratado com uma tônica específica, e a análise que se poderá conferir ao longo desta dissertação buscou dar ênfase à compreensão do conceito empregado em cada gestão, tendo como foco principal a adoção da expressão economia criativa e suas consequências; pretende-se mostrar, neste estudo, como o Ministério da Cultura contribuiu para a conceituação e organização do tema e que reflexos suas diferentes abordagens tiveram sobre as políticas públicas implementadas pelo setor.

Embora se possa observar nos discursos dos gestores dessa área uma certa descontinuidade das políticas culturais, no período do governo Lula, por meio da ausência de menções ao trabalho dos gestores imediatamente anteriores, os acúmulos gerados historicamente contribuíram para que se pudesse avançar. Cláudia Leitão resgatou o trabalho

de Celso Furtado na elaboração do seu plano para economia criativa; Paula Porta encomendou estudos à mesma Fundação João Pinheiro que elaborara estudos para Celso Furtado e Francisco Weffort; Juliana Nolasco Ferreira consolidou parcerias com instituições como o IBGE, o Ipea e outras organizações que haviam iniciado parcerias com o MinC no período de Paulo Miguez. Mas, além de o assunto ter passado pelas mais diversas secretarias, até ganhar uma própria, os discursos, desde Celso Furtado, remetem ao início de um trabalho, necessário e ainda não realizado:

os estudos sobre a 'indústria cultural' brasileira que estão sendo realizados pela Fundação João Pinheiro, por encomenda do Ministério da Cultura, abrirão novos horizontes nessa temática e nos permitirão passar das simples conjecturas para o terreno firme das comprovações fundamentadas. O texto que ora franqueamos é parte dos estudos já realizados e em prosseguimento. Mas, pelo que significa em si mesmo, demonstra o acerto da decisão que tomamos há um ano de abrir essa nova frente de trabalho no esforço de descobrir a crescentemente complexa realidade brasileira. (FURTADO, 2012, p. 59)

Como se pode ver, faz trinta anos que o Ministério da Cultura reivindica a inauguração de uma nova fase com a geração de dados. Isso significa que até hoje as instituições não foram capazes de consolidar metodologias e indicadores que se tornassem referências de séries históricas. A intermitência desse tipo de política não chega a anular, mas reduz muito a utilidade dos levantamentos feitos de forma esparsa. Mas pode-se dizer que a produção de informação sobre cultura em parceria com instituições públicas foi uma política constante em todas as gestões do MinC desde 2003. Área bastante afetada pela informalidade, e de complexa demarcação conceitual, os estudos sobre a interface entre cultura e economia ganharam relevância e ocupam, hoje, espaço mais estratégico no Estado, como veremos ao longo dos próximos capítulos.

## Capítulo 2

### **Economia da cultura e economia criativa**

De natureza interdisciplinar, estudos sobre economia da cultura e sobre economia criativa podem ser encontrados, ao menos, nos campos da economia, da comunicação, do direito e da sociologia. Nesta dissertação, como dito anteriormente, dá-se especial ênfase às abordagens propostas pela economia política da comunicação e da cultura, não deixando de dialogar, no entanto, com as acepções desenvolvidas por economistas e pesquisadores do direito, especialmente devido à sua influência na formulação das políticas pelo Ministério da Cultura.

Mais diversos e múltiplos ainda são os conceitos de “cultura”. Mesmo dentro da antropologia não há consenso sobre esse conceito. Apesar disso, algumas concepções hoje são consideradas ultrapassadas, como a ideia de que haja superioridade de determinadas culturas sobre outras. No geral, há acordo na associação do termo “cultura” ao conjunto de realizações humanas, materiais e simbólicas, não obstante inúmeras particularidades caracterizem cada uma das definições e teorias acerca da cultura. Outro frequente uso dessa palavra é feito para designar as produções artísticas e intelectuais – e daí derivam expressões como cultura erudita, popular, de massa, associando a criação a aspectos sociais (SILVA, 2006).

Um aprofundamento deste debate não será possível aqui, não por ser menos importante, mas porque nos deteremos nas concepções de cultura utilizadas por pesquisadores e gestores que se dedicam aos estudos sobre e às políticas para a economia criativa e a economia da cultura. De maneira mais ou menos explícita, cada uma das linhas de pensamento carregará um conceito de cultura, e vamos partir dele, respeitando a lógica interna de suas argumentações (não abrindo mão, no entanto, de debatê-las), sem elegermos um único conceito como referência.

Neste sentido, faz-se importante também uma observação a respeito dos conceitos de economia da cultura e economia criativa. Poder-se-á observar suas diferentes aplicações a depender do contexto em que essas expressões estão inseridas. Ambas poderão designar eixos estratégicos de políticas (no caso, por exemplo, dos eixos de atuação de secretarias, coordenadorias e linhas de financiamento etc.), objetos ou áreas de pesquisas e estudos (na perspectiva temática, quando há referências a “campo de economia da cultura”, conceitos e produção intelectual a respeito desses assuntos) ou, ainda, a dimensão econômica dos setores

cultural e criativo (quando se faz alusão a dados da economia da cultura ou criativa, fomento a determinados setores, menção ao volume de movimentação financeira, de empregos e renda em torno dos setores de produção cultural), podendo variar ainda, nessa última designação, a amplitude e multiplicidade dos setores de acordo com o interlocutor, ou seja, com os formuladores das políticas, os pesquisadores ou agentes que darão recortes específicos ao conjunto de atividades e dimensões contempladas.

Para se prosseguir, é preciso compreender que as correntes da economia política da comunicação e da cultura e as derivadas da economia clássica, com suas variantes, pouco dialogam, raramente figurando em suas respectivas bibliografias, mesmo que para crítica. Teóricos das correntes neoclássicas não raramente fazem referências a teóricos da economia política como John Stuart Mill, William Baumol, Gary Becker, podendo provocar certa confusão na interpretação que buscamos. Embora, rigorosamente, possam pertencer à escola da economia política, especialmente se considerarmos a tradição anglo-saxã, muitos deles não são (ou foram) alinhados com a teoria crítica decorrente do pensamento marxiano, e caracterizam-se por desenvolver a linha de pensamento de Adam Smith. No Brasil, no entanto, quando nos referimos à economia política, geralmente a relacionamos à teoria crítica, em oposição às correntes liberais.

É importante também reconhecer que os estudos das relações entre economia e cultura não são de origem recente, embora possivelmente tenham se intensificado nas últimas décadas – ou, ao menos, tornaram-se mais “populares” e difundidos.

No âmbito da teoria crítica, a Escola de Frankfurt, com Max Horkheimer, Walter Benjamin e Theodor Adorno debruçou-se sobre as relações entre economia, arte e cultura de massa, e Adorno e Horkheimer seminaram o conceito de “indústria cultural” com a publicação de *Dialektik Der Aufklärung – Philosophische Fragmente (Dialética do esclarecimento)*, publicado no Brasil em 1985) em 1947. Herbert Schiller, Armand Mattelart, Guy Debord, David Harvey, Celso Furtado e muitos outros também discutiram as relações entre cultura e as transformações do capitalismo. Em 1984, Herbert Schiller já trazia uma discussão sobre os pressupostos por trás do uso da expressão “sociedade da informação” em *Information and Crisis Economy*. Anos mais tarde, em 2001, Mattelart reconhece, em *Histoire de la Société de l'information (História da Sociedade da Informação)*, publicado no Brasil em 2002), a importância da pesquisa feita pelo pesquisador norte-americano, que apontava o



processo de crescente simbiose entre a economia e a cultura que o capital vinha promovendo com o objetivo de salvar os países desenvolvidos da crise em que se enfiaram desde 1973. Como veremos adiante, trinta anos depois, a defesa de um fortalecimento da economia da cultura e da economia criativa ainda se encontra, entre outros argumentos, ancorada em um discurso de que o modelo fordista de produção mostra-se ultrapassado e responsável pelo acirramento das contradições desse sistema, entre elas a desigualdade, o desemprego, o esgotamento de crédito, para ficar em alguns exemplos.

Mais recentemente, diversos pesquisadores da economia política da comunicação e da cultura, inclusive no Brasil, vêm dedicando-se ao aprofundamento de uma visão crítica sobre as relações econômicas nesse campo. Entre os principais autores contemporâneos encontram-se Luiz Albornoz, Vicent Mosco, Gaëtan Tremblay, Ramon Zallo, Mattelart, Enrique Bustamante e os brasileiros Marcos Dantas (capitalismo informacional), César Bolaño e Valério Brittos, este último lamentavelmente falecido em 2012.

Desenvolvem também análises críticas em relação à economia da cultura, em diálogo com a economia política, mas com significativas diferenças nas leituras marxianas, Antonio Negri, Giuseppe Cocco (capitalismo cognitivo), além de Micael Herschmann, buscando as interfaces entre os estudos culturais e a economia política, e Lia Calabre, historiadora e pesquisadora da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), que tem como principais áreas de estudo as políticas culturais e a história do rádio. Não se pode também deixar de mencionar Pierre Bourdieu e sua obra *A Distinção* (2011<sup>6</sup>). Outra abordagem da economia política é influenciada pela “nova economia institucional”, muito utilizada no campo do direito, visto que trata das regras e convenções como instituições. No Brasil, Ferreira e Neto abordaram a problemática da economia da cultura por esse viés.

Ainda que esses teóricos já viessem desenvolvendo o pensamento em torno da formação do valor de bens simbólicos e do “intangível”, o crescente uso das expressões de maneira quase indiscriminada contribuiu para que suas análises críticas se tornassem ainda mais relevantes. Bustamante critica de maneira implacável o “modismo” em torno do fenômeno bem como o entusiasmo de alguns pesquisadores:

A onda das “indústrias criativas” e todas suas múltiplas variáveis parece irrefreável nos últimos tempos. Impulsionada com entusiasmo pelos grandes meios de

---

6 A edição utilizada aqui foi a de 2011, mas a obra foi publicada pela primeira vez em 1979 (*La distinction, critique sociale du jugement*. Les Éditions de Minuit, 1979), servindo assim de base para muitos dos estudos da economia política da comunicação e da cultura no início da década de 1980.

comunicação, apoiada com euforia pelos governos da direita neoliberal, mas também por não poucos executivos socialdemocratas, construída e reconstruída incessantemente por uma legião de consultores comerciais, não sem a cega cumplicidade de alguns pesquisadores acadêmicos oportunistas, a “criatividade” e sua economia parece ter repousado de forma estável e permanente como o novo motor universal do desenvolvimento. Inclusive, poder-se-ia crer que a criatividade esteve ausente até agora da evolução da humanidade e que, de repente, tornou-se a tabela de referência de todo progresso imaginável. (BUSTAMANTE, 2011)

Associado à corrente de Negri, Matteo Pasquinelli aponta a incorporação acrítica de um “jargão institucional” por movimentos culturais alternativos:

No início de 2006, o termo Indústria Criativa (IC) surge nas caixas postais e listas de endereços de vários trabalhadores culturais, artistas, ativistas e pesquisadores de toda a Europa, bem como nas chamadas para seminários e eventos. Uma velha pergunta vem à tona: curiosamente, pela primeira vez, um termo é apanhado do jargão institucional e trazido sem alterações para dentro da cultura alternativa, começando a ser usado desde então para debater outros conceitos-chave (que podem merecer uma sigla também!) e outras pós-estruturas como cultura de rede (NC – network culture), economia do conhecimento (KE – knowledge economy), trabalho imaterial (IL – immaterial labour), intelecto geral (GI – general intellect) e, é claro, Software Livre (FS – Free Software), Creative Commons (CC), etc.. (Pasquinelli, 2008)

As análises sobre concentração de propriedade dos meios de comunicação e regulação da comunicação e da cultura, apesar de insuficientes, também se revelam chave nesse contexto, já que influenciam diretamente a produção e distribuição de conteúdo audiovisual, o acesso ao conhecimento, as relações do sistema de produção de conteúdos criativos e simbólicos. Como afirma Herschmann,

Não refletir sobre esse lugar estratégico das indústrias culturais, portanto, significa deixar de analisar, por exemplo, o fenômeno de concentração das grandes empresas nas mãos de poucos *players* e os riscos que isso pode representar para a democracia, para os interesses públicos e o pluralismo cultural. (HERSCHMANN, 2011, p. 35 e 36)

As abordagens institucionalistas da economia política, aplicadas no campo do direito (OSTROM, 2007) e empregadas nos estudos da economia da cultura (FERREIRA; NETO, 2011), como mencionado acima, têm contribuído para a discussão ao buscar compreender como as normas e convenções, formais ou informais, construídas socialmente têm refletido e influenciado as relações sociais e econômicas inerentes à produção cultural; os estudos culturais, por sua vez, colaboram com as análises da economia política, ao investigar, além dos “sistemas de produção e distribuição e suas tensões e articulações com o poder e o capital”, “os processos culturais de recepção e produção de sentido” (HERSCHMANN, 2011, p. 52).

A construção de uma aliança entre a economia política da comunicação e os estudos culturais, portanto, pode permitir que as investigações consigam, em alguma medida, produzir análises mais detalhadas, densas, e articular micro e macro questões e/ou contextos. Segundo Garnham, a reconciliação entre essas correntes de estudos permitiria que os investigadores de estudos culturais dessem uma importante contribuição para a compreensão da natureza e do impacto das atuais mudanças na forma de produção da cultura. (HERSCHMANN, 2011, p; 51)

No entanto, as transformações pelas quais o capitalismo vem passando, especialmente nos setores de comunicações, da cultura e da informação, não tornaram obsoletos os conceitos que a economia política da comunicação e da cultura desenvolveu inicialmente nos estudos sobre a indústria cultural – sendo muitos deles hoje aplicados em análises sobre a economia criativa.

## **2.1 Economia da cultura e economia criativa pela ótica da economia política da comunicação e da cultura**

A seguir, faremos algumas revisões bibliográficas para sistematizarmos os acúmulos da economia política da comunicação e da cultura em relação aos conceitos de que tratamos nesta dissertação. A primeira obra, *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo* (2000), de César Bolaño, faz um resgate dos estudos sobre economia da cultura e da comunicação, além de avançar no entendimento da valorização do trabalho intelectual e artístico e do conceito de audiência como mercadoria. A obra *Poder, medios, cultura: una mirada critica desde la economia política de la comunicaci3n* (2011), organizada por Luis Albornoz, apresenta uma série de artigos de autores da economia política da comunicação e da cultura e contribuiu para uma visão geral sobre as questões trazidas por diversos acadêmicos dessa corrente, passados mais de dez anos desde a publicação da obra de Bolaño. Essa segunda parte é acompanhada de autores que, nas mais diversas obras, discutiram o valor da informação e seu papel no capitalismo contemporâneo. Uma revisão mais detida do conceito de renda informacional desenvolvido por Marcos Dantas foi desenvolvida em outra seção, em função de suas contribuições sobre o papel da propriedade intelectual no capitalismo informacional, que mereciam uma discussão à parte.

### **2.1.1 A economia política da comunicação e da cultura: uma revisão bibliográfica**

Para situar o leitor dessa dissertação no que se refere aos acúmulos da economia da comunicação e da cultura em relação ao trabalho artístico ou trabalho criativo, à produção

cultural e à formação do valor de uso dos bens culturais, cabe revisitarmos a obra *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo* (2000), em que César Bolaño aborda conceitos que buscam explicar as características do trabalho intelectual e artístico, reelaborando a questão da “aleatoriedade da valorização”, nos termos de Flichy<sup>7</sup> (1980, apud BOLAÑO, 2000); ou, em outras palavras, o problema da dificuldade de se atribuir valor de troca ao trabalho artístico e intelectual (que, no prefácio do livro que revisitamos, Dantas sintetiza como “difícilmente redutível a trabalho abstrato”), o que resultou também em sua inovadora análise da formação de valor de troca na cultura e na comunicação, entendendo a audiência como mercadoria.

Essa seção oferece uma síntese dos capítulos 3 e 4 da referida obra, em que Bolaño trata da Indústria Cultural e suas “funções”, bem como das contribuições, para esses assuntos, da escola francesa de economia política da comunicação, a partir de uma perspectiva crítica.

A obra contribui para compreendermos a natureza e o processo de valorização do trabalho intelectual e artístico, seu valor de uso e seu valor de troca; as estruturas do mercado das indústrias culturais; a distinção entre “cultura de onda”, da edição de mercadorias culturais, da informação escrita, da produção de programas de informática e a do espetáculo ao vivo; os processos de oligopolização da indústria cultural, cuja chave reside na construção de audiência e de sua fidelização, mercadorias trocadas pelo capital e que impõem barreiras ao surgimento de concorrência, resultando na profunda concentração desse setor, bastante cristalizado e de difícil mobilidade dos agentes econômicos. Bolaño, por meio de uma leitura crítica da escola francesa, também “desnaturaliza” a noção de demanda, mostrando os mecanismos do mercado para construí-la.

Para apresentar a formulação dos conceitos – aos quais ainda voltaremos –, o autor remonta à passagem do século XIX para o século XX e aos processos de transformação do capitalismo concorrencial em capitalismo monopolista e de desenvolvimento da chamada indústria cultural.

Tal transformação teve início na crise do petróleo, no final do século XIX, que marcou o fim do ciclo referente à Revolução Industrial (caracterizada por intensas inovações tecnológicas e profundas mudanças no modo de produção) e promoveu a articulação entre o capital bancário e o capital industrial, provocando o surgimento do capital financeiro.

Apesar de sua aparente maior capacidade de diversificação, o capital financeiro seria

---

<sup>7</sup> Professor de sociologia na Universidade Paris-Est Marne-la-Vallée, ex-secretário de Estado para a cultura (1972-1976) e então pesquisador do Instituto Nacional de Audiovisual (1997-1982).

bem mais imobilizado e concentrado, pois sua mobilidade só se daria no âmbito financeiro – e não nos setores produtivos. Esse “novo” capital romperia com alguns pressupostos “autorregulatórios” do capitalismo concorrencial, que supostamente equalizariam os lucros, diversificariam a estrutura produtiva e, em casos de superacumulação, levariam à “queima” de capital.

Isso tornava ainda mais acirrado o “conflito distributivo”, visto que, no capitalismo monopolista, a tendência à cristalização das taxas de lucro é bem maior, resultando na crise dos anos de 1930, que provocaram uma profunda ruptura no paradigma da não intervenção do Estado. Os Estados de capitalismo avançado viram-se obrigados a adotar uma política fiscal e a regulação de salários, preços e fluxo financeiro.

Duas profundas mudanças no âmbito da função do Estado marcam esse momento: a política econômica e a política social. No plano econômico, ele atua sobre atividades de capitais individuais; no político, passa a regular não apenas a relação entre a classe dos proprietários dos meios de produção e a dos trabalhadores assalariados, como também a relação entre capital e trabalho no interior do processo produtivo (no Brasil concretizado na consolidação das leis trabalhistas). Ocorre ainda que o Estado passa a ser, ele mesmo, um agente do capitalismo, indo além de um papel “meramente” regulador.

Após a Segunda Guerra Mundial, ocorre o alinhamento do Estado de bem-estar social, o capitalismo monopolista e a indústria cultural, neste caso, especialmente por meio da expansão da televisão na década de 1950.

Na segunda metade da década de 1970, ganhou força a abordagem crítica da economia da comunicação e da cultura tanto com a publicação da pesquisa *Capitalisme et industries culturelles* (Capitalismo e indústrias culturais) pelo Gresec (Groupe de recherches sur les enjeux de la communication, da Universidade Sthendal de Grebnohle) em 1978, como com os estudos de Dallas Smythe, Cesareo, Garnham, Patrice Flichy, Salaunn, Herscovici e Zallo.

A tradição francesa da escola da economia da comunicação e da cultura reunida no Gresec apresentou sua pesquisa como uma alternativa aos neoclássicos, ao mesmo tempo que à visão do Partido Comunista Francês, que defendia o capitalismo monopolista de Estado, bem como às teses clássicas de Baran e Sweezy sobre publicidade. Para os pesquisadores do Gresec, dois problemas eram comuns a essas três abordagens: 1) a ausência de uma explicação para o processo de formação da demanda cultural (considerando as “relações

sociais, políticas e ideológicas de classe”); 2) o fato de as três “naturalizarem” a demanda, como algo autônomo operando dentro da lógica do mercado.

Para os autores, oferta e demanda são dois lados de uma mesma moeda: “são dois aspectos complementares do processo de valorização do capital no domínio da produção cultural” (HUET et al., 1978, p.19 apud BOLAÑO, 2000, p. 162), e analisar mercado cultural por oferta e demanda terminaria por reduzir a questão a um “estudo setorial” (ibidem). Assim, focam sua pesquisa nos estudos da produção e da reprodução do capital e criticam Benjamin e Adorno por atribuírem à obra de arte um valor em si. Ao contrário, eles afirmam, seu valor de uso estaria vinculado às relações sociais.

Apesar de considerar um avanço, Bolaño acredita que os autores acabam por fazer, também, uma análise setorial, não considerando “o conjunto das determinações políticas, econômicas e sociais que desejam abarcar para entender o papel da indústria cultural no processo de produção e reprodução” (BOLAÑO, 2000, p. 163). Para Bolaño, isso ocorre porque eles não conseguem se desvencilhar de uma análise neoclássica da concorrência e tratam apenas da expansão do campo de reprodução do capital, por meio das mercadorias culturais, diante da intervenção, cada vez maior, dos bens e serviços culturais na realização do valor.

Distinguem então o trabalho produtivo do improdutivo: o primeiro designaria o “trabalho na produção cultural capitalista” e o segundo, “o investido na produção não capitalista de bens culturais” e definem o “trabalho indiretamente produtivo, o que não concorre à produção mas à realização do valor, que inclui todo o trabalho gasto na integração dos produtos culturais no processo de circulação” (BOLAÑO, 2000, p. 165). Assim, o trabalho cultural teria por característica não ser totalmente homogêneo, mas, sim, resultado, por um lado, da concepção individual ou coletiva e, por outro, da reprodução material do original (BOLAÑO, 2000, p. 165-166).

Huet (1978, apud BOLAÑO, 2000, p. 165) teria diferenciado o trabalho artístico de outros de ordem conceitual por sua difícil redutibilidade a um trabalho abstrato, dado o seu caráter único (uma mesma obra interpretada por um determinado cantor poderia ter um valor de troca bastante diferente se feito por outro). E é aqui que Bolaño circunscreve as especificidades da produção cultural:

Assim, a Indústria Cultural é um setor que, apesar de ser mais um elemento do

campo de formação e realização do valor, presta-se mal ao processo de valorização do capital. Isso porque, aos olhos do consumidor, o produto cultural é marcado pela personalidade dos trabalhadores que participaram de sua elaboração. Essa especificidade da produção cultural, que determina a unicidade do produto cultural, é elemento constitutivo do seu valor de uso (BOLAÑO, 2000, p. 167).

As três consequências desse caráter único da produção cultural seriam então: a “aleatoriedade da valorização”, os “limites à reprodutibilidade” e a “diversidade das condições de valorização”. Apesar de apontar críticas aos franceses no primeiro desses pontos, pelo fato de colocarem o foco na impossibilidade de se identificar a demanda e diagnosticar certa confusão em relação à valorização relacionada ao processo do trabalho e aquela a partir de quando o capital se interessa por determinada produção cultural, Bolaño chama a atenção para a aleatoriedade da realização e, neste sentido, a produção cultural é singular, pois, nela, tal aleatoriedade é maior do que em outros setores. O segundo ponto diz respeito à lógica da numeração e às características do “autêntico”: uma obra original tem valor único, geralmente superior à sua reprodução. O terceiro ponto – e que muito nos interessa nesta dissertação – diz respeito às diferentes condições de trabalho, os diferentes processos de trabalho e a maneira como o capital se apropria dessa produção.

A produção cultural caracteriza-se por uma determinada articulação entre as fases do processo de valorização e pelo papel próprio da distribuição no CICLO DO CAPITAL, caracterizado, nas indústrias de conteúdo, pela divisão da produção em concepção e reprodução material, como vimos, o que impõe o trabalho de edição (“a forma específica em que se reveste, no mundo da produção capitalista, o processo de inserção do trabalho cultural numa mercadoria reprodutível”) e pela importância crucial do trabalho de distribuição dada a aleatoriedade da realização.

Acrescente-se a isso as condições particulares de acesso à força de trabalho, de modo que o capital é obrigado a manter relações com um mundo artístico que ele não pode frequentemente submeter pura e simplesmente pelo assalariamento. A exigência da unicidade e a dificuldade de elevar além de certos limites a subordinação do trabalho artístico ao capital fazem com que o ASSALARIAMENTO seja apenas uma forma entre outras de relação entre este e os produtores culturais. Ao lado dela permanece a produção artesanal e o pagamento mediante cachê, que fazem com que noventa por cento dos profissionais do setor não tenham capacidade de viver desse trabalho, marcado assim por uma exploração particularmente acentuada. Isso ao lado de um *star system*, às vezes institucionalizado por meio de um sistema de pagamento de royalties, formado por *vedettes* milionárias. Não obstante, segundo os autores, o essencial da renda do setor fica com o editor ou o distribuidor, e vinte por cento do mercado permanece nas mãos de produtores independentes que assumem, eles próprios, a edição. (BOLAÑO, 2000, p. 170)

Esse terceiro ponto nos interessa particularmente por permitir discutir três pontos centrais nesta dissertação: o primeiro diz respeito à heterogeneidade desse mercado, acentuada com o advento da internet, envolvendo desde amadores até profissionais

assalariados, passando por uma ampla gama de produtores independentes associados aos mais diferentes modelos e níveis de organização da produção. O segundo ponto diz respeito ao caráter essencial da propriedade intelectual nessas relações, preocupação que também se acentuou no âmbito do capital com o desenvolvimento e popularização da internet. E, por fim, por trazer à tona a questão de que, mesmo os produtores de conteúdo relativamente alheios ao mercado, permitem ao capitalismo identificar os produtos com potencial de realização de valor, deixando o investimento inicial a cargo do criador.

O francês Patrice Flichy foi o primeiro a diferenciar as “indústrias da edição (literária, fonográfica e audiovisual)” e o que ele chamou de “cultura de onda” (BOLAÑO, 2000, p. 172), esta última utilizada para caracterizar a radiodifusão. Entre suas características estão a continuidade da programação, a amplitude da difusão, a obsolescência instantânea do produto e a intervenção do Estado na organização da indústria (FLICHY, 1980, p. 38 apud BOLAÑO, 2000, p. 172). Embora seja claro o forte poder de influência dessa indústria sobre setores das chamadas economia da cultura ou da economia criativa, e mesmo reconhecendo que a televisão, como diz Bolaño, tornou-se “paradigma da indústria cultural” (BOLAÑO, 2000, p. 187), esta dissertação não aborda a contento essa relação, principalmente devido ao fato de a radiodifusão ser bastante marginal como objeto das políticas do Ministério da Cultura. O que, evidentemente, não significa que uma análise sobre a relação entre a radiodifusão e esses temas seja irrelevante e possa ser feita em outro momento.

Mesmo assim, alguns aspectos da análise da “cultura de onda” podem ser considerados. Os autores do Gresec destacam a grande “interferência entre o campo da cultura e o da informação” e o fato de que, devido ao caráter de continuidade e permanente necessidade de renovação de produtos, a “introdução dos chamados novos meios de comunicação de massa deve introduzir um aumento da segmentação do público” (BOLAÑO, 2000, p. 174). As limitações dessa análise, diz Bolaño, decorrem da ausência de estudos sobre a concorrência e de tratarem como uma particularidade da cultura de onda essa interferência entre os campos da cultura e o da informação. E, como poderemos ver, de fato essa separação parece fazer pouco sentido quanto maior é a convergência de conteúdo (tecnologia e linguagem) nos meios de comunicação. Ao se referirem a “novos meios”, os pesquisadores do Gresec designavam a televisão por assinatura (TV paga, TV a cabo); mas, guardadas as inúmeras particularidades pertinentes à radiodifusão, podemos ver, nos estudos contemporâneos ambas as características



nos mais recentes “novos meios”, entre eles a internet: grande convergência entre a cultura e a informação, tratados cada vez mais de forma unificada, e tendência à segmentação do público.

Assim, os pesquisadores do Gresec destacam os paradigmas que caracterizam as indústrias culturais da cultura de onda, das mercadorias culturais (editorial) e da imprensa escrita (que, acreditavam eles, poderia vir a influenciar o modelo da TV por assinatura). Esses três paradigmas seriam os principais entre as cinco lógicas sociais (a da edição de mercadorias culturais, a da cultura de onda, a da informação escrita, a de produção de programas de informática e a do espetáculo ao vivo e suas retransmissões) que caracterizam os modelos econômicos. Embora limitados, serviram de base para taxonomia posteriormente elaborada por Ramón Zallo. A compreensão sobre a construção desses paradigmas como uma sucessão dos modelos econômicos foi introduzida por Jean-Michel Salaün. Para ele, caracterizavam-se, “por um lado, pela aceleração da atividade econômica no setor da informação e da cultura e, de outro, pelo afastamento do usuário do circuito econômico” (Salaün, 1987, p. 355 apud BOLAÑO, 2000, p. 177).

O Gresec vai aprofundar, mais tarde, a relação entre técnica e produtividade a partir da descrição que Flichy faz das estruturas de mercado dos principais meios de comunicação. Flichy caracteriza a indústria de onda como de forte tendência ao monopólio, com regulação ou participação do Estado; a indústria eletrônica, que teria sido bastante concorrencial em seu início, caminhou para um mercado com forte tendência oligopolística; e o setor editorial (indústrias fonográfica e cinematográfica), embora bastante concentrado (com poucas grandes empresas, de caráter multinacional), com uma participação significativa de pequenas empresas. Este ponto é interessante quando falamos nas políticas voltadas para economia da cultura implementadas pelo MinC, pois, como veremos, o Plano Brasil Criativo estará interessado especialmente nesse último segmento do mercado, caracterizado pelas pequenas e médias empresas, esse espaço que Bolaño e Flichy chamaram de “não negligenciável”.

Mas o que esses autores também destacam é que esse conjunto de pequenas e médias empresas são insumos chave para a inovação e podem integrar o ciclo de acumulação do capital junto às grandes empresas ou, quando não incorporadas pelo grande capital, contribuir para relativa desconcentração econômica do setor.

Se a concentração do disco e do cinema é antiga e muito forte, ela parece estabilizar-se em torno de uma taxa de 60 a 70%. Quando ela passa muito amplamente esse nível, como na Inglaterra no disco, a inovação corre risco de escapar às firmas

monopolísticas e nesse momento assiste-se a uma baixa concentração” (FLICHY, 1980, p. 151 apud BOLAÑO, 2000, p. 182)

Segundo Bolaño, geralmente esses mercados (e também o da literatura) são caracterizados pela existência de aproximadamente seis grandes grupos multinacionais, com integração vertical tanto na produção e distribuição (e, neste quesito, por vezes ainda se associam uns aos outros) e pela presença de numerosos agentes “independentes”.

(...) um grande número de independentes (particularmente numerosas no disco, onde as exigências de investimento são reduzidas, fazendo com que as barreiras à entrada sejam pequenas), caracterizadas por alta taxa de mortalidade e forte dependência em relação às grandes, junto das quais realizam a maior parte do trabalho de produção, conservando para si apenas a atividade propriamente artística. O autor lembra que as grandes também dependem dessas independentes que realizam o trabalho de descoberta de novos talentos e, portanto, de renovação no setor, de modo que há um certo equilíbrio que, não obstante, joga sempre a favor das grandes. O mesmo equilíbrio se encontra no cinema americano entre as *majors* e as independentes. (BOLAÑO, 2000, p. 182)

Interessante observar que essa análise pode ser adaptada para os dias de hoje, em que os independentes têm, mais perto de seu alcance, os meios para a produção e a internet como a grande plataforma de distribuição. Ainda assim, a maioria dos programas de edição de música e vídeo fazem parte de um mercado bastante concentrado, bem como o fazem as plataformas de grande audiência, como o Facebook, utilizadas como canais de distribuição e difusão, pelas quais grande parte dessas produções passam.

Uma outra questão que vale a pena trazer para se pensar a respeito da transição que temos observado no mercado de comunicações e cultura nos últimos vinte anos, a partir das reflexões de Flichy realizadas no período em que se iniciava o processo de fim do modelo de monopólio estatal dos mercados de televisão europeus, diz respeito à existência de um mercado além dos monopólios e oligopólios que caracterizam esses mercados. Dizia ele que parte do mercado de radiodifusão, por meio do desenvolvimento das então novas tecnologias, aproximava-se, assim, das características do mercado editorial: “a emergência sucessiva, nestes últimos anos, de rádios comerciais, de rádios piratas, de rádios livres, deve igualmente ser analisada como a criação no exterior do monopólio de polos de inovação análogos às firmas independentes que nós encontramos no cinema e no disco”. (FLICHY, 1980, p. 160, apud BOLAÑO, 2000, p. 184)

A segunda geração da escola francesa teve entre seus principais expoentes Alain Herscovici, Ramón Zallo e Jean-Michel Salaün. O primeiro vem da escola de Baumol,

consagrado por seus estudos de recepção, e foi influenciado principalmente por Dominique Leroy, responsável por um dos mais importantes estudos sobre espetáculos culturais na França. Zallo é um espanhol que realizou uma importante crítica interna à escola francesa. Nenhum dos dois pertenceu ao Gresec, ao contrário de Salaün que, de dentro desse grupo de pesquisa, discute os avanços tecnológicos na indústria do audiovisual realizando uma análise teórica estrutural, bem como uma sobre a movimentação dos agentes econômicos.

Zallo traz contribuições importantes para a economia política da comunicação e da cultura, a partir da definição de “trabalho criativo”, que “gera uma produção simbólica que remete aos códigos culturais históricos e presentes de uma sociedade dada, contribuindo para sua reprodução ideológica e social (ZALLO apud BOLAÑO, 2000, p. 192). Sua peculiaridade seria a manutenção de certa “autonomia” para o exercício de alguma “criatividade individual”, imprimindo um caráter único a cada obra, o que atribui, a cada uma delas, um valor de uso singular. Esse valor de uso poderá se expressar no valor de troca em forma de mercadoria, mas cada “série” de reprodução será particular.

O trabalho criativo opera sobre formas ou conteúdos culturais que, em todos os casos, adotam a forma de protótipos, procurando comunicações simbólicas e identificações sociais, apelando, seja para a cultura racionalizada, seja para qualquer uma das instâncias da personalidade humana (ZALLO, *Telos*, 10, p. 66 apud BOLAÑO, 2000, p. 192).

Zallo diz que a multiplicação da obra afetaria o valor, mas não eliminaria a “unicidade do protótipo” e apresenta os fatores que desgastariam a unicidade: “o assalariamento, a continuidade e o sistema de organização do trabalho” (BOLAÑO, 2000, p. 192). Introduce aí a questão da propriedade intelectual, visto que o caráter único do trabalho criativo seria resultado de uma relação de trabalho do tipo arcaica, exigindo assim a renovação da política de direito autoral na indústria cultural.

A propriedade intelectual significa a persistência dos direitos morais e patrimoniais num proprietário de uma mercadoria imaterial, cuja exploração e reprodução é cedida mediante intercâmbio a um capital editorial ou a um distribuidor. Estamos assim diante de figuras sociais que são variantes peculiares do produtor independente de mercadorias – típico do pré-capitalismo – ou diante de variantes da prestação autônoma de serviços (ZALLO, *Telos*, 10, p. 68 apud BOLAÑO, 2000, p. 193).

O assalariamento descaracterizaria a criatividade, ao implicar uma racionalidade do processo pouco afim com a natureza desse tipo de atividade: divisão do trabalho, hierarquização e cadeia produtiva e de comando. Haveria também uma tendência da indústria

a buscar a “incorporação dos saberes criativos ao sistema de máquinas” (BOLAÑO, 2000, p. 193). E a continuidade, que seria a transferência do trabalho único para as empresas, por meio da programação ou criação de seções e colunas, no caso da imprensa.

Para “reduzir os riscos da aleatoriedade (ou da incerteza) da realização mercantil” (BOLAÑO, 2000, p. 194), a indústria cultural se utilizaria de mecanismos comuns a outros setores, como investimento em circulação, publicidade, redes de distribuição, concentração de mercado e pesquisas de mercado, mas também outros mais específicos do campo cultural, como a padronização e repetição de sucessos, exposição prolongada, co-produções, fragmentação da audiência, entre outros (ZALLO, 1988, p. 54 apud BOLAÑO, 2000, p. 194).

Outra especificidade do mercado de cultura, de acordo com Zallo, é o que ele chama de “renovação”, que consiste na necessidade de frequente introdução de novos produtos, para a manutenção do processo produtivo no interior do capitalismo:

(...) A necessidade de renovação constante de produtos e conteúdos tem implicações importantes tanto para o processo produtivo como para o de geração e fixação da demanda nas indústrias culturais. Por um lado, como já havia sido apontado no primeiro livro do Gresec, a renovação (lá chamada de inovação) exige a formação e manutenção de “viveiros culturais” que formam um autêntico EXÉRCITO INDUSTRIAL DE RESERVA, muitas vezes sustentado pelas atividades culturais e educativas do Estado, outras reproduzindo-se no interior das indústrias culturais, outras, finalmente, mantendo relações esporádicas com elas, como é o caso dos figurantes e outros trabalhadores eventuais. (BOLAÑO, 2000, p. 196)

Um fator importante seria, assim, a transferência da criação cultural para as máquinas, que armazenariam materiais, dando origem, por um lado, a inúmeras possibilidades de criação e, por outro, forte processo de padronização e redução da diversidade – afetando o que seria a “real inovação”. Zallo reforça a visão de Flichy para quem a renovação torna os artistas pequenos e independentes ainda mais importantes à grande indústria, ao contrário de outros setores da economia, sem que isso represente ameaça ao predomínio de algumas poucas empresas nesse mercado. Importante ressaltar também a diferenciação que Zallo faz entre renovação e inovação, segundo a qual essa última pertenceria “à ordem do julgamento estético e técnico no interior de cada disciplina artística” (BOLAÑO, 2000, p. 197) e implica a inserção de um novo produto no mercado.

Bolaño faz uma ressalva em relação ao sentido que Zallo dá ao termo “inovação”. Para que algo seja considerado inovação, no sentido schumpeteriano, o fator decisivo seria o impacto produzido, no mercado, pela introdução de um novo produto ou de um novo método

de produção – mesmo que do ponto de vista estético não produza nenhuma mudança relevante. Neste sentido, uma eventual inovação estética ou mesmo de modelo de produção, criada por produtores independentes, que não afete o modo de produção vigente não seria, no sentido schumpeteriano, inovação, sendo portanto mais correto, na visão de Bolaño, chamar de invenção.

Bolaño recupera, então, a designação dada por Salaün ao termo inovação, que será particularmente importante para este estudo por incorporar a ideia do uso social que se faz dela, de “popularização” (chamado por alguns de “apropriação” – das novas tecnologias da informação e da comunicação por exemplo –, embora esse último termo não seja utilizado pela economia política da comunicação e da cultura, por remeter a outros conceitos, ligados propriamente ao capital). Assim, diz Bolaño, Salaün utiliza a expressão inovação para designar mais do que invenção,

referindo-se mais precisamente ao desenvolvimento tecnológico dos setores ligados ao audiovisual. Nesse caso o autor usa o termo inovação para referir-se a algo mais do que uma simples invenção, uma vez que inclui também, além da questão propriamente técnica, a estabilização do uso social, no sentido que discutimos, valendo-se do vocábulo “popularização” para referir-se ao processo de massificação do novo produto. A proposição de Salaün é interessante porque incorpora a importante questão da recepção social da inovação, tão cara aos franceses. Claro que, com isso, limita a questão ao setor de bens de consumo e às inovações de produtos e não de processos. (BOLAÑO, 2000, p. 197)

Nesse sentido, Bolaño retoma a noção de importância das pequenas empresas e dos produtores independentes para o grande capital, dizendo que, para que invenções sejam transformadas em inovações, é preciso que elas extrapolem o circuito de onde vêm e adquiram papel central na organização e no processo produtivo das indústrias.

Ora, se a produção independente é capaz de realizar uma invenção passível de transformar-se em inovação, essa transformação só será possível se a referida invenção conseguir ultrapassar os limites do gueto cultural em que foi originariamente produzida, adquirindo peso específico no interior de uma indústria caracteristicamente oligopolizada e de consumo massificado. Para que esses limites sejam rompidos é necessário que a empresa inovadora tenha acesso aos circuitos de distribuição, ou de difusão, monopolizados por um grupo extremamente reduzido de grandes capitais. Assim sendo, algum tipo de aliança com esses grandes capitais é necessária para que o produtor independente possa capitalizar a sua invenção. Uma via alternativa é improvável, pois redundaria em custos de distribuição proibitivos para o produtor independente, obrigado a arcar ainda com os riscos advindos da aleatoriedade da realização dos produtos culturais, aleatoriedade que a estrutura organizativa do grande capital cultural está, como acabamos de ver, em boas condições para contornar. (ibidem, p. 198)

Essa discussão se faz importante porque, ainda que o argumento de Bolaño seja

bastante completo e complexo, talvez não fosse possível analisar, quando da publicação da referida obra, o caráter de inovação de práticas, processos, linguagens e técnicas realizadas por grandes contingentes de independentes que, mesmo que não tenham sido incorporados pelo grande capital, consolidaram-se de tal forma socialmente que mereceriam estudo mais detido. Ao afirmar, no entanto, que “algum tipo de aliança com esses grandes capitais é necessária”, o autor dá conta, de fato, de contemplar grande parte do conjunto das inovações. Merece também reflexão sua constatação anterior de que, ao considerar a recepção da inovação, Salaün limitaria “a questão ao setor de bens de consumo e às inovações de produtos e não de processos”. Considerando um cenário em que, para além dos círculos profissionais e das indústrias, mas relacionando-se com elas, produtores e consumidores de cultura e informação não se distinguem mais tão facilmente, a inovação em torno de processos criativos (chamadas por outras correntes teóricas de “tecnologias sociais”) também poderia ser incluída na concepção desenvolvida pelo pesquisador do Gresec.

Por fim, Bolaño retoma as hipóteses de Zallo para definir os “componentes do valor na produção criativa” relacionados ao “trabalho criativo autônomo” por Molles: o valor dos materiais, o tempo de concepção, tempo de acabamento e “excedente de complexidade” (ibidem, p. 198). Embora o próprio Molles tenha concluído que esses componentes não determinariam o valor do produto cultural, mas sim a demanda, Zallo acredita que eles seriam elementos formadores do valor, que viria a ser referendado ou não pelo mercado. Seus esforços para determinar o tempo de trabalho social médio da produção de um escritor independente, bem como suas conclusões, são consideradas equivocadas por Bolaño.

O valor do bem cultural não deve ser procurado em supostos elementos “objetivos” do tipo dos citados por Molles, mas naquilo que caracteriza a produção cultural (capitalista ou não): o fato de ser produção de bens simbólicos. É isso que unifica a Indústria Cultural e a diferencia de todas as demais indústrias capitalistas. O valor econômico da mercadoria cultural é acima de tudo o fruto da conversão de um valor simbólico. (BOLAÑO, 2000, p. 198)

Ao tratar da “substância do valor da mercadoria cultural”, Bolaño faz uma crítica ao trabalho de Alain Herscovici, que teve como ponto de partida as belas artes e definiu o campo cultural como “um conjunto de produtos e serviços que contém no seu processo de fabricação um certo trabalho artístico”, que ganha essa característica “a partir do momento em que é reconhecido socialmente como tal, quando o gesto do criador é sacralizado e torna-se gerador de valor simbólico” (HERSCOVICI, s.d., p. 2 apud BOLAÑO, 2000, p. 198). A crítica de

Bolaño aponta o caráter restritivo dessa definição, que não inclui outros trabalhadores criativos não pertencentes às belas-artes, embora mais tarde o autor venha a incorporá-los por meio da expressão “trabalho artístico ou intelectual”, bem como aqueles que, na visão de Bolaño, não produzem um trabalho essencialmente criativo, mas em sua relação com o público produzem um “valor simbólico passível de ser capitalizado em termos econômicos e em termos políticos” (como é o caso de apresentadores de televisão).

O que Bolaño considera um avanço na visão de Herscovici, que parte dos estudos sobre comércio de arte feitos por Pierre Bourdieu, é o estabelecimento do valor simbólico como constitutivo do valor de uso de uma mercadoria cultural, utilizando-se do “conceito de 'campo de produção', entendido como um espaço econômico que produz, simultaneamente, os produtos e a necessidade deles” (HERSCOVICI, 1990, p. 113 apud BOLAÑO, 2000, p. 200), sendo o campo cultural o ambiente onde se forma o 'capital simbólico'. Para Bourdieu, no comércio de arte prevalecia uma lógica da economia pré-capitalista e o capital simbólico poderia ser acumulado mesmo sem sua realização imediata, podendo ser convertido futuramente em realização econômica.

Ao lado da busca do lucro <<econômico>>... há lugar para a acumulação do capital simbólico, como capital econômico ou político denegado, mal conhecido e reconhecido, portanto legítimo, <<crédito>> capaz de assegurar, sob certas condições, e sempre a termo, lucros <<econômicos>>. (BOURDIEU, 1977, p. 4, apud BOLAÑO, 2000, p. 201).

Essa peculiaridade provocada pela valorização do bem simbólico mesmo diante de resistências à obtenção de lucros econômicos faz do mercado cultural um campo único, com “códigos de acesso e de interpretação que o afastam em princípio da cultura industrializada” (BOLAÑO, 2000, p. 201).

Assim é a atitude 'antieconômica' ou 'desinteressada' que, ao permitir, em função do modo específico de funcionamento do 'campo', a acumulação de capital simbólico, cria as condições para a sua reconversão posterior em capital econômico. Ou seja, o capital investido nesse campo só poderá adquirir valor econômico após haver adquirido valor simbólico. (BOLAÑO, 2000, p. 201)

Portanto, o conceito de Herscovici não serve à compreensão do funcionamento da Indústria Cultural como um todo, onde há grande predominância do comercial sobre a produção “desinteressada” e em que o sucesso comercial reverte em prestígio.

Essa é, aliás, a lógica da industrialização e da massificação da cultural e de avanço de capital (econômico) sobre o campo cultural. Para o neoliberalismo não existe nenhuma possibilidade de legitimidade que não a conferida pelo mercado. [...] É claro que a assinatura ou gesto sacralizado do artista podem ser tidos como

elementos importantes na constituição desse valor de uso, principalmente em determinados setores específicos da produção cultural. Não é esse entretanto o elemento central explicativo da especificidade do produto cultural, mas a sua capacidade de preencher NECESSIDADES de ordem ideológica, psicológica e psicossocial, em substituição muitas vezes a outras instituições que, no processo de desenvolvimento do capitalismo, foram perdendo legitimidade no campo da produção de valores simbólicos. (BOLAÑO, 2000, p. 202)

Desse modo, concluir-se-ia novamente sobre a aleatoriedade da valorização do produto cultural, que apenas parcialmente seria transformado em trabalho abstrato, não dependendo exclusivamente de suas características técnicas para se definir o seu valor de uso, mas também do ponto de vista do consumidor para se determinar o valor simbólico de um bem. No entanto, destaca Bolaño, essa característica não é exclusiva dos bens culturais:

Mas desde, no mínimo, Baran & Swezy ou dos teóricos da sociedade de consumo, sabe-se que os bens de consumo têm no capitalismo monopolista ou na fase em que vige a Indústria Cultural, um valor simbólico que é determinante para as decisões de compra dos indivíduos. A diferenciação de produtos, aliás, que é a principal forma de concorrência no setor de bens de consumo no capitalismo monopolista, exerce-se essencialmente, como é amplamente sabido, sobre o *layout*, a embalagem e outros elementos não ligados às características técnicas e físicas do produto, o que leva a uma esteticização geral da produção capitalista, para usar uma expressão em voga. Não apenas os bens simbólicos funcionam de acordo com a lógica da distinção e do *habitus*, para citar um termo de Bourdieu caro a Herscovici. Ou seja, os bens materiais também têm um valor simbólico, também circulam como signos, como diria Baudrillard, e também estão sujeitos a um julgamento subjetivo do consumidor. Da mesma forma, a produção de bens simbólicos se faz, e de forma crescentemente importante a partir do surgimento da Indústria Cultural, pela intermediação do capital econômico, de acordo com o seu modo específico de produção, utilizando meios materiais mais ou menos importantes. (BOLAÑO, 2000, p. 204)

Assim, conclui Bolaño, o problema colocado para a economia da comunicação e da cultura reside na dificuldade de se quantificar o valor simbólico como tempo de trabalho socialmente necessário, ainda que ele seja parte constituinte do valor de uso do bem cultural. Dessa maneira, para Bolaño, o trabalho cultural não se distingue de outras produções capitalistas, na medida em que as características simbólicas que o compõem não se restringem a ele, bem como existem elementos de formação de valor comuns a outros setores que integram também a produção.

Dialogando criticamente com autores da economia neoclássica, Bolaño desempenha a importante tarefa de trazer, para a economia política da comunicação e da cultura, o aspecto da concorrência, geralmente negligenciado pela última e relegado aos primeiros. Propõe o desenvolvimento do conceito de mercadoria-audiência levando em conta as barreiras de entrada no mercado e utiliza-se da microeconomia para explicar o papel do trabalho artístico,



criativo e intelectual na valorização das indústrias culturais.

Assim, nessas indústrias, o trabalho adquire dois tipos de valor: ele produz não apenas o bem ou serviço cultural em si, mas também e ao mesmo tempo, produz a audiência. Não há, para Bolaño, assim como não há para Garnham, prevalência de um sobre o outro (embora a audiência possa ser a mercadoria mais valorizada pelo mercado), sendo ambos igualmente importantes e constituintes de um mesmo processo estruturante de circulação do capital.

Na indústria cultural o trabalho tem duplo valor. Os trabalhos concretos dos artistas, jornalistas e técnicos criam duas mercadorias de uma vez: o objeto ou o serviço cultural (o programa, a informação, o livro) e a audiência. Hoje, a capacidade que o trabalho cultural tem de criar, em certas condições sociais e técnicas, essa segunda mercadoria é absolutamente evidente. Mas todas as relações sociais, a geografia mundial, tudo teve e ser transformado pelo capital para que se pudesse chegar a essa situação em que o trabalho cultural tem a capacidade de transformar multidões humanas em audiência para sustentar toda a máquina publicitária, elemento central da dinâmica econômica desde o século XX, e para garantir as condições gerais para a legitimação do Estado contemporâneo. (BOLAÑO, 2000, p. 222-223)

Essa produção implica, assim, a realização não só do trabalho concreto (que resultará em um bem ou serviço), mas também gera o gasto de trabalho abstrato, consumido durante a produção (energia, tempo, atenção do artista).

O trabalho do artista, do técnico ou do jornalista é um trabalho concreto que produz uma mercadoria concreta para preencher uma necessidade social concreta (necessidade que pode ser, como no caso de qualquer mercadoria, “imposta” de alguma forma). Mas para criar essa mercadoria (o programa, o jornal, o filme), esses profissionais gastam energias, músculos, imaginação, em uma palavra, despendem trabalho humano abstrato. A subordinação dos trabalhos concretos às necessidades de valorização do capital os transforma em trabalho abstrato. Mas o trabalho cultural é diferente, porque ele cria não uma, mas duas mercadorias. (BOLAÑO, 2000, p. 224-225)

Os trabalhos culturais servem à criação de valor simbólico dos meios de comunicação, em sua função de mediação, que constitui, na visão de Bolaño, fator de distinção entre a produção capitalista de cultura e as demais e, por isso, motivo para atrair interesses do capital e do Estado, de ordem política e econômica. A mercadoria-audiência pode ser mensurada em tempo (despendido pelo consumidor/espectador), em quantidade de pessoas, domicílios etc., mas também de maneira qualitativa, por qualidade dos perfis atingidos, segmentação de público, que conferem o valor de uso dessa mercadoria para o anunciante. Assim, a subordinação do trabalhador ao capital não ocorreria apenas durante seu expediente, em seu emprego, mas durante, também, seu tempo de lazer, tornando-se objeto desse mercado e tendo sua atenção transformada em mercadoria que adquire, independentemente de lhe ser atribuída

ou não um preço, valor de troca. A concentração decorrente das condições de concorrência desse mercado terá impactos inclusive nos padrões técnico-estéticos, que, por sua vez, contribuem para aumentar ainda mais as barreiras de entrada de novos agentes no mercado. Daí uma das razões para a necessidade de regulação.

Não queremos, com a apresentação do conceito de mercadoria-audiência, utilizá-lo sem restrições para discutir todas as variáveis da economia criativa. No entanto, aplicado inicialmente no contexto da radiodifusão, em especial da televisão, mercado de características monopolísticas, seu potencial explicativo das indústrias culturais como um todo não pode ser ignorado, visto que a produção da audiência é chave para a produção de capital simbólico e responde às necessidades de reprodução dos modos de vida capitalistas.

A Indústria Cultural representa, assim, a vitória mais estrondosa do capital e a sua realização mais magnífica: a constituição não simplesmente de um sistema econômico, mas de toda uma cultura (no sentido antropológico do termo) universal, caracterizada pela solidariedade entre os modos de vida e os comportamentos individuais de populações inteiras e as imposições do movimento histórico concreto da acumulação do capital (e não apenas da reprodução social em geral). Claro que a Indústria Cultural é apenas uma parte disso. Mas uma parte de importância crucial, pois se trata do próprio capital tornado cultura, o intermediário entre a esfera divina da produção e do poder e o mundo da vida dos homens e das mulheres. (BOLAÑO, 2000, p. 228)

Interessa-nos prioritariamente, nessa revisão bibliográfica, a visão crítica desenvolvida em relação ao processo de valorização do trabalho cultural, sua interação com o capital e a capacidade que tem esse último de se apropriar do capital simbólico gerado pelo trabalho concreto de artistas e produtores de cultura no ciclo de circulação e valorização do capital, que vai se traduzir em investimentos no fortalecimento da economia criativa como forma de revigorar a capacidade de reprodução do capital.

### **2.1.2 Economia criativa pela economia política da comunicação e da cultura**

Como vimos na revisão da obra de Bolaño, a escola crítica desenvolveu conceitos de análise das relações econômicas da comunicação e da cultura nas indústrias culturais, expressão cunhada pela escola de Frankfurt. Embora Zallo já tivesse utilizado o conceito “trabalho criativo” em 1988, as expressões “indústrias criativas” ou “economia criativa” não têm origem nessa corrente. Ao contrário, sua origem estaria na política, servindo ao reposicionamento do Reino Unido no contexto da globalização, buscando construir um campo favorável à competitividade da economia britânica, reassociando o país à vanguarda global

(GARNHAM, 2005; SCHELSINGER, 2007, apud TREMBLAY, 2011, p. 109). E mesmo tendo ganhado força no século XXI, foi rápida sua expansão na academia (TREMBLAY, 2011, p. 110).

O emprego desta noção [de indústrias criativas] se expandirá rapidamente em círculos tecnocráticos e acadêmicos. Um grande número de colóquios e relatórios contribuíram para sua difusão nacional e internacional; [...] Em um mundo globalizado, onde as forças uniformizantes se manifestam fortemente, a economia da criatividade nos conduziria, de certa forma, a uma nova divisão internacional do trabalho, fundada sobre as especificidades culturais de cada país, inclusive de cada região. A política econômica da criatividade se conjugaria harmoniosamente com a política cultural da diversidade. Inevitavelmente, este enfoque questiona os pesquisadores interessados nas indústrias da cultura, já que a noção de “indústrias criativas”, apesar da imprecisão de sua definição, parece integrá-las. Que significado tem este novo paradigma fundado sobre a criatividade para a análise das indústrias culturais e midiáticas? Como se definem estes setores criativos? O que caracteriza essa economia chamada 'criativa'? Como situar-se com relação a outras tentativas de apreensão da economia contemporânea, qualificada também recentemente como economia da informação ou economia do conhecimento?” (TREMBLAY, 2011, p. 110).

Assim como o faz Bolaño, para desenvolver o pensamento em torno de algumas dessas questões, Gaëtan Tremblay revisita os conceitos relacionados à Indústria Cultural da Escola de Frankfurt para analisar as mudanças pelas quais vêm passando os setores econômicos da cultura.

Para os teóricos da Escola de Frankfurt, a aplicação de métodos industriais no campo cultural desembocaria na morte da arte. Embora essa corrente de pensamento ainda conte com adeptos, a expressão “indústrias culturais” – cujo uso se generalizou ao longo dos anos setenta e oitenta – não evoca necessariamente mais aquela perspectiva catastrófica. Depois de tudo, dificilmente se pode sustentar que o desenvolvimento fulgurante das indústrias culturais desde o último quarto do século XIX foi visto acompanhado pela extinção do trabalho criador nos diferentes setores das práticas artísticas. Pelo contrário, as mudanças na forma de pensar as convenções e cânones da criação artística jamais foram tão frequentes desde o fim do século XIX, e apareceram novas linguagens de expressão, como jamais acontecera desde o início da Revolução Industrial. [...] Embora seja verdade que a produção cultural em série se desenvolveu consideravelmente, não é menos verdade que a busca criativa se desenvolveu em paralelo” (TREMBLAY, 2011, p. 112).

Tremblay resgata também os trabalhos da década de 1980 de Patrice Flichy para mostrar que, ainda que os artistas possam ser vistos sob certa mítica, não estão alheios à sociedade capitalista em que vivemos, encontram-se submetidos às mesmas adversidades sociais e econômicas que a caracterizam, retirando, assim, a questão do campo filosófico, ético e moral e trazendo-a para a análise socioeconômica. Segundo o autor, Huet, Ion, Lefèbvre, Miège e Peron (1978 apud TREMBLAY, 2011, p. 113) procuram “demonstrar que o campo da cultura e da comunicação não escapa às regras fundamentais da economia

capitalista” (TREMBLAY, 2011, p. 113) mas é preciso identificar as peculiaridades dos processos de mercantilização e industrialização dos mais diversos setores produtivos, levando em consideração por exemplo a distinção entre a fotografia amadora e a os novos produtos das indústrias do audiovisual, fonográfica, de design, entre outros. Tremblay revisita, ainda, a distinção entre a cultura de onda e a indústria que edita unidades de produtos, como vimos na obra de Bolaño, e também as tipologias de lógicas estruturantes sistematizadas por mais tarde por Miège, Pajon e Salaün, Bustamante, Zallo e pelo próprio Tremblay (apud TREMBLAY, 2011, p. 109-138). Como vimos, essa distinção foi útil para explicar as diferenças entre os processos de produção, por exemplo, da televisão e o da indústria fonográfica. Enquanto um se baseia na difusão, por meio de redes, de uma única cópia distribuída e recebida por inúmeros receptores, o outro está estruturado na venda de cópias individuais de uma obra original.

Em 1982, a Unesco afirmou que havia indústrias culturais quando havia a produção de bens e serviços culturais produzidos, reproduzidos e difundidos de acordo com critérios comerciais, com emprego de estratégia econômica. Como já vimos, em 1988, Zallo criticou essa abordagem, por depender de uma avaliação da intenção econômica por trás da produção cultural. Três questões devem ser levantadas sobre essa concepção baseada na subjetividade de intenções: a primeira diz respeito ao fato de que, mesmo que seja empregada uma estratégia econômica, essa atividade dificilmente terá o objetivo exclusivo de geração de renda ou lucro. Outra, ainda mais determinante, é relativa ao fato de que não são as motivações que caracterizam uma atividade industrial, mas “a presença do capital, da mecanização e da divisão de trabalho” (TREMBLAY, 2011, p. 114), mesmo na ausência de intenção de lucro. Um terceiro aspecto se refere ao fato de essa definição retirar, do campo da industrialização, o fenômeno de difusão em massa de uma obra, por meio de redes.

A definição proposta por Tremblay busca levar em conta a diversidade das indústrias da cultura e os diferentes níveis de “integração às lógicas comerciais e industriais”. O autor distingue a “mercantilização da industrialização, ao passo que coloca em evidência o caráter progressivo do processo de industrialização e enfatiza a relação capitalista do trabalhador cultural com o produto de sua criação” (TREMBLAY, 2011, p. 115).

As indústrias culturais podem então ser definidas como o conjunto em constante evolução das atividades de produção e intercâmbio culturais submetidas às regras de comercialização, onde as técnicas de produção industrial são mais ou menos

desenvolvidas, mas em que o trabalho se organiza cada vez mais no modelo capitalista de uma dupla separação entre o produtor e seus produtos, entre as tarefas de criação e de execução. Deste duplo processo de separação resulta uma perda crescente do controle dos trabalhadores e artistas sobre o produto de sua atividade” (TREMBLAY, 1990 apud TREMBLAY, 2011, p. 115).

Segundo o autor, essa definição reconhece as diferenças no campo da cultura e permite aprofundar a sua relação com a informação e a comunicação. É recorrente (tanto entre os pesquisadores da economia política da comunicação, como entre os dos estudos culturais, da economia clássica) a afirmação de que, a despeito da estreita relação entre cultura, comunicação e economia, há algo de particular que se deve levar em conta nesse mercado. Miège e Tremblay chamam a atenção para os aspectos de “elasticidade da demanda”, para a existência de “maior variedade na forma de remuneração do trabalho em comparação com outros setores industriais”, para uma forte relação entre a indústria de hardware e a de conteúdo e as peculiaridades do consumo no mercado cultural (TREMBLAY, 2011, p. 116). Já Zallo diferencia o setor pelo peso do trabalho criativo, a exigência de renovação constante dos produtos e a aleatoriedade da demanda enquanto Bolaño, vimos anteriormente, propondo uma abordagem alternativa à desse último, introduz a questão do caráter de duplo valor do trabalho artístico: a produção concreta de bens e serviços e a formação de audiência.

Por se concentrarem nos estudos sobre indústrias culturais, é comum que a grande diferenciação entre indústria de conteúdo e de bens simbólicos e as demais ignore frequentemente a essência do trabalho criativo em tantas outras indústrias consideradas “tradicionais”, como a do automóvel (em que o *design* e a tecnologia patenteada de um carro também podem ser considerados trabalhos criativos), da telefonia (hardware e software baseados em inovação e trabalho intelectual), a farmacêutica (com suas patentes de medicamentos e até mesmo das bulas protegidas pela lei do direito autoral), para mencionar apenas algumas. Mas, como vimos na obra de Bolaño, a estetização do capitalismo transpõe o universo da economia criativa.

### **2.1.3 Trabalho cultural**

Não se pretende ignorar essas visões mais sistêmicas das transformações do capitalismo; por outro lado, reconheçamos, por ora, que há algo de específico na produção de cultura, ao menos em nossa percepção geral sobre ela. Além da maior diversidade de organização da produção e remuneração, apontada por Tremblay, entre as muitas distinções

criadas, talvez a que melhor explique a particularidade dessa indústria seja o fato de o trabalho concreto constituir-se como extensão particular de um indivíduo aos olhos de uma dada audiência; ou seja, a dificuldade de se separar (a identidade do) criador de criação, o trabalhador de seu produto. Dantas (2010) nos mostra que, no nível da produção, essa separação se dá na forma de geração de uma matriz, um molde, a partir da qual uma obra original será reproduzida em escala, mas é o trabalho vivo presente nessas cópias que valorizará a obra.

Em *A ideologia da estética* (1993), Terry Eagleton aborda a característica de totalidade da teoria de Marx, ao apontar o sistema de produção econômica como uma metáfora do corpo, entendendo-o como uma totalidade composta de matéria e pensamento, elementos que não se autonomizam.

O sistema da produção econômica, como aponta Scarry, é para Marx uma espécie de metáfora materializada do corpo, como quando ele fala nos Grundrisse da agricultura como a conversão do solo num prolongamento do corpo. O capital funciona como um corpo substitutivo do capitalista, provendo-o com uma forma vicária de sensibilidade; e se a essência fantasma dos objetos é o valor de troca, então é o seu valor de uso material, como coloca Marx ainda nos Grundrisse, que os dota de existência corpórea. (EAGLETON, 1993 p. 147)

Marx, então, não separa necessidade de desejo (o que terá implicações na compreensão do conceito de demanda), e tampouco a experiência sensível de sua utilidade (sendo assim o prazer valor de uso). Ou, nas palavras de Eagleton,

De fato, a arte se apresenta para Marx como o paradigma ideal da produção material, precisamente por ser tão evidentemente autotélica. “Um escritor”, comenta ele, “não encara o seu trabalho como um meio para um fim. [...] Marx caracteriza a produção humana “verdadeira” como o impulso para criar, livre da necessidade imediata. A gratuidade da arte, sua transcendência em relação à utilidade, contrasta com o trabalho forçado, como o desejo humano difere do instinto biológico. A arte é uma forma de excesso criativo, um exceder radical da necessidade; na terminologia lacaniana, ela é o que resta quando a necessidade é subtraída da demanda. É acima de tudo no conceito de valor de uso que Marx desconstrói a oposição entre o prático e o estético. Quando ele escreve dos sentidos emancipados como “teóricos na sua práxis imediata”, ele quer dizer que a *theoria*, a contemplação prazerosa das qualidades materiais de um objeto, é um processo ativo no interior de nossas relações funcionais com o objeto. Nós experimentamos a riqueza sensível das coisas ao trazê-las para o interior de nossos projetos significativos – e esta instância difere, por um lado, do instrumentalismo bruto do valor de troca, e de outro lado da especulação estética desinteressada. O “prático”, para Marx, já inclui esta resposta “estética” à particularidade; seus inimigos gêmeos são a abstração mercantilizadora tanto do objeto quanto do impulso, e as fantasias esteticistas do parasita social, que rompe o laço entre o uso e o prazer, entre necessidade e desejo, e assim permite aos últimos consumir-se privilegiadamente separados da determinação material. Na medida em que esse idealismo converte o prazer e o desejo eles mesmos em mercadorias, estes inimigos gêmeos são na verdade um só; o que o rico ocioso

consome é o narcisismo de seu próprio ato de consumo prazeroso. Para Marx, não é o uso de um objeto que viola o seu ser estético mas a sua transformação num receptáculo vazio, que se segue ao domínio do valor de troca e à desumanização da necessidade. Tanto a estética clássica quanto o fetichismo da mercadoria purgam a especificidade das coisas, reduzindo seu conteúdo sensível a uma pura idealidade da forma. É neste sentido que a estética de Marx, profundamente antikantiana, é também uma antiestética, o fim de toda contemplação desinteressada. A utilidade dos objetos é o fundamento e não a antítese de nossa apreciação deles, tanto quanto nosso prazer na interação social é inseparável de sua necessidade. (EAGLETON, 1993 p. 152)

Marx, nos *Grundrisse*, usa a arte como analogia para discorrer sobre o ciclo econômico de produção, distribuição e consumo em geral, como elementos de um corpo total.

A produção é consumo; o consumo é produção. Produção consumptiva. Consumo produtivo. Os economistas chamam ambos de consumo produtivo. Mas fazem ainda uma distinção. A primeira figura como reprodução; o segundo, como consumo produtivo. Todas as investigações sobre a primeira são sobre trabalho produtivo ou improdutivo; sobre o segundo, são investigações sobre consumo produtivo ou não produtivo. (MARX, 2011, p. 47)

Essa passagem é especialmente importante não só por nos mostrar o caráter dialético do ciclo econômico em sua totalidade, como um corpo só, mas também porque ela aponta a natureza produtiva do consumo, permitindo-nos estabelecer relações entre a economia e a cultura e compreendendo que elementos subjetivos – e não apenas os objetivos – também compõem o valor de uso de um objeto. A noção de consumo produtivo estava presente no processo de modificação de matérias-primas e no desgaste dos instrumentos de trabalho, por meio da força humana do trabalhador, para a geração de um novo produto. Além disso, o próprio trabalho, ao despendar energia na produção, é consumido e, ao mesmo tempo, materializado na transformação de um objeto (MARX, 2011, p. 233).

Portanto: a matéria-prima é consumida ao ser modificada, conformada pelo trabalho, e o instrumento de trabalho é consumido ao ser desgastado nesse processo, ao ser gasto. Por outro lado, o trabalho é igualmente consumido ao ser utilizado, posto em movimento, e desse modo é despendido um determinado quantum de força muscular etc. do trabalhador, pelo que ele se esgota. Contudo, o trabalho não é só consumido, mas é ao mesmo tempo fixado, materializado, da forma de atividade na de objeto, de repouso; como mutação do objeto, o trabalho modifica sua própria configuração e, de atividade, devém ser. O final do processo é o produto, no qual a matéria-prima aparece unida ao trabalho e o instrumento de trabalho se converteu igualmente de simples possibilidade em efetividade, uma vez que deveio o condutor efetivo do trabalho, com o que, entretanto, por sua relação mecânica ou química com o material de trabalho, foi consumido mesmo em sua forma estática. Todos esses três momentos do processo, o material, o instrumento, o trabalho, convergem em um resultado neutro – o produto. No produto são simultaneamente reproduzidos os momentos do processo de produção que são consumidos nele. O processo como um

todo se apresenta, portanto, como consumo produtivo, i.e., como consumo que nem termina no nada nem na simples subjetivação do que é objetivo, mas que é ele mesmo posto de novo como um objeto. O consumo não é simples consumo do material, mas o consumo do próprio consumo; [...] A atividade que dá forma consome o objeto e consome-se a si mesma, mas consome somente a forma dada do objeto para o pôr em uma nova forma objetiva, e consome-se a si mesma só em sua forma subjetiva como atividade. [...] Como produto, entretanto, o resultado do processo de produção é valor de uso. (MARX, 2011, p. 233-234)

Outros conceitos marxianos importantes para compreendermos o lugar central que a informação ocupa hoje no capitalismo são os de trabalho vivo e trabalho morto, bem como os de trabalho produtivo e de trabalho improdutivo.

O trabalho vivo constitui o trabalho humano, feito com os “braços laboriosos e cérebros” (MARX, 1996) do trabalhador, a “fonte viva do valor”, o “trabalho como atividade” (MARX, 2011). Trabalho vivo – e só ele – produz valor, de uso e de troca. Já o trabalho morto, sem a ação do trabalho vivo, não o faz. Ele se encontra no capital constante “cristalizado e acumulado nos meios de produção” (MARX, 1996), objetivado em forma de instrumento de trabalho e matéria-prima. Nas palavras de Dantas, ao teorizar sobre a produção da informação no atual estágio do capitalismo:

O capital se valoriza a partir das mercadorias que adquire para transformar no processo imediato de produção. Essas mercadorias são os materiais (insumos, instrumentos) e a força de trabalho humana que, agora entendemos, deve ser uma unidade dialética semântico-sintática. Os insumos e instrumentos são matéria inerte; são, nas palavras de Marx, trabalho morto ou objetivado. Por um lado, resultam de processos de trabalho anteriormente realizados. Por outro, se ainda fornecem trabalho (como é o caso óbvio das máquinas), trata-se de um trabalho entrópico. Logo, pelo conceito marxiano de trabalho morto, podemos entender, em termos de Teoria da Informação, neguentropia concreta: materiais já postos numa ordem que, desde então, se nenhuma outra força agir sobre eles, tenderão espontaneamente para a degradação entrópica: componentes e peças enferrujam ou apodrecem, as máquinas se deterioram.

Antes, porém, que isto possa acontecer, o trabalhador neles poderá provocar transformações neguentrópicas, isto é, transformações determinadas pelo acréscimo de informação ao material dado (não cabendo discutir aqui, o acréscimo consequente de entropia no ambiente circundante). Este trabalho humano sobre a matéria, este trabalho materialmente útil, este trabalho orientado por informação semântico-sintática, é por isto mesmo muito apropriadamente percebido por Marx, como trabalho vivo. (DANTAS, 2012, p. 69)

Por fim, para Marx, trabalho produtivo é aquele que produz o capital, sendo improdutivo o avesso disso – aquele que não produz o capital.

O que é trabalho produtivo ou não, um ponto que tem sido objeto de muita polêmica desde que Adam Smith fez tal distinção, tem de resultar da análise dos diversos aspectos do próprio capital. Trabalho produtivo é simplesmente o trabalho que produz o capital. Não é absurdo, pergunta, p. ex. (ou algo similar), o senhor Senior,



que o fabricante de pianos seja um trabalhador produtivo, mas o pianista não o seja, não obstante o piano sem o pianista seria nonsense? Mas é exatamente assim. O fabricante de pianos reproduz o capital, o pianista só troca seu trabalho por renda. Mas o pianista, que produz música e satisfaz nosso senso musical, também não o produz de certa maneira? De fato, ele o produz: seu trabalho produz algo; nem por isso é trabalho produtivo em sentido econômico; é tão pouco produtivo como o trabalho do louco que produz quimeras. O trabalho só é produtivo na medida em que produz seu próprio contrário. Outros economistas, por conseguinte, fazem do assim chamado trabalhador improdutivo indiretamente produtivo. P. ex., o pianista estimula a produção; em parte, porque deixa nossa individualidade mais ativa e vívida, em parte no sentido trivial de que desperta uma nova necessidade, para cuja satisfação é aplicado mais esforço na produção material imediata. Nesse particular, já é admitido que somente é produtivo o trabalho que produz capital; que, conseqüentemente, o trabalho que não o faz, por mais útil que possa ser – pode muito bem ser nocivo –, não é produtivo para a capitalização, logo, é trabalho improdutivo. Outros economistas afirmam que a diferença entre produtivo e improdutivo não se refere à produção, mas ao consumo. 'Justamente o contrário'. O produtor de tabaco é produtivo, não obstante o consumo de tabaco seja improdutivo. A produção para o consumo improdutivo é tão produtiva quanto a produção para o consumo produtivo; sempre supondo que produz ou reproduz o capital.” (MARX, 2011, p. 238-239)

Como vemos, Marx não considerava o ofício do artista trabalho produtivo, ainda que importante pudesse ser, para as necessidades do espírito. E, embora reconhecesse a existência do trabalho qualificado (“complexo”), ao discutir questões salariais, não atribuía a esse ponto relevância para seus estudos, visto que, estatisticamente, seu peso era muito pequeno na sociedade industrial burguesa, comparado ao “trabalho simples”. Dantas retoma:

A teoria marxiana do valor baseia-se, pois, no dispêndio de força de trabalho simples: reduz o processo de trabalho às suas dimensões sintáticas e define o valor pelo tempo de emprego produtivo deste trabalho assim rotinizado, deste trabalho subtraído ao máximo - quando em atividade imediata, quando envolvido no movimento direto da produção, quando “em estado líquido” - de suas potencialidades subjetivas, culturais, semânticas.

A teoria não considera toda a gama de atividades sociais, de natureza intelectual, que Marx, a partir de Smith, exclui da esfera do trabalho produtivo, isto é, do trabalho que valoriza o capital. Por outro lado, reconhece as diferentes qualificações dos trabalhadores diretos, que explicariam as diversidades salariais. Porém, os valores da força de trabalho correspondentes a cada nível de salário seriam, de um modo ou de outro, medidos como múltiplos do valor da força de trabalho simples. Ao trabalho qualificado, Marx denomina trabalho complexo. Não o considera relevante como objeto de estudo, tanto que explicitamente o elimina das suas preocupações teóricas.

Por um lado, no seu entender, parecia não haver então uma quantidade numericamente expressiva de trabalhadores qualificados que justificasse um exame mais aprofundado do tema. Por outro lado, a noção de trabalho complexo estava ainda ligada a diferenciações na qualidade de trabalho conforme os ofícios, seja horizontalmente, pela educação e treinamento mínimos que necessariamente distinguiriam, por exemplo, um joalheiro de um pedreiro; seja verticalmente, pelo próprio acúmulo de conhecimentos e experiência que, em princípio, qualquer trabalhador poderia obter na prática do trabalho, ao longo da vida. Tendo notado

que, na etapa manufatureira do capitalismo, surgiram mas não chegaram a tornar-se quantitativa e qualitativamente dominantes os trabalhadores desqualificados - “os quais eram rigorosamente excluídos pelo artesanato” - Marx parece querer chamar a atenção de seus contemporâneos para a ampla difusão, por toda a indústria, àquela altura, do trabalhador pouco ou nada qualificado. É o que se depreende desta observação: “a diferença entre trabalho superior e trabalho simples, skilled e unskilled labour, baseia-se, em parte, em meras ilusões, ou pelo menos diferenças que há muito tempo cessaram de ser reais e só perduram em convenções tradicionais”. Como a crescente mecanização da indústria, conforme observava Marx, tendia a suprimir inteiramente a subjetividade do trabalhador no processo de trabalho, as antigas qualificações de ofício estavam se reduzindo a trabalho simples desqualificado, trabalho “sem mais nem mais”, que qualquer homem ou mulher pode realizar em dadas condições sociais, trabalho este que, então, tornara-se quantitativamente dominante e empregava a maior parte da população na mais avançada das economias capitalistas do seu tempo, a Inglaterra. (DANTAS, 2012, p. 70-73)

É perfeitamente plausível que os estudos dos modelos de produção vigentes à época não trouxessem para o centro do seu debate a questão do trabalho intelectual, dada a sua marginalidade econômica então. Hoje, no entanto, tal exclusão parece não fazer sentido. Para explicar o papel da informação na era do capitalismo informacional (DANTAS, 2003; DANTAS, 2006), chamado também de capitalismo cognitivo (NEGRI; GALVÃO; SILVA, 2003), as categorias de trabalho produtivo, trabalho vivo e valor de uso têm sido essenciais à economia política da comunicação. A relevância da informação, do conhecimento e dos bens culturais para a geração de renda e valor, para a movimentação do capital, e para o trabalho tornou-se inequívoca – especialmente a partir da Segunda Revolução Industrial (DANTAS, 2012). Assim, toda a produção de informação, em forma de símbolos, textos, imagens, vídeos, som, signos os mais variados, está inserida no âmbito do sistema, produz alguma espécie de valor e é considerada trabalho.

A produção artística, cultural, de informação e bens com forte conteúdo simbólico, estético e ideológico constitui-se, assim, trabalho vivo. Cocco, por exemplo, (COCCO, 2005; 2009) chama de trabalho imaterial. Dantas (DANTAS, 1994; DANTAS, 2011; DANTAS, 2012) refuta a tese de “trabalho imaterial” (antes mesmo de conhecer a expressão) e lança o conceito de trabalho informacional, que implica ser trabalho a própria produção de informação e signos, devido ao fato de gerar valor e representar a “transformação, pelo corpo e sua mente, através das próteses adequadas (ferramentas e tecnologias), de materiais portadores de *signos* que contêm valor pelo que portam” (DANTAS, 2012).

A rigor, no capitalismo avançado (e isto desde os primórdios do século XX), todo o processo de produção industrial, seja de automóveis, roupas, pílulas de remédios ou outro produto material qualquer, isto é, todo o trabalho combinado de cientistas,

engenheiros, técnicos, operários visam, essencialmente, projetar, desenhar, construir os moldes que, adjudicados às máquinas, comandarão os seus movimentos na fabricação do valor de uso desejado. É um trabalho similar ao do escritor individual, salvo pela necessidade óbvia de ser coletivo e envolver muita gente com diferentes graus de qualificação e competência. Mas seus subprodutos, etapa a etapa, são informacionais: textos, desenhos, maquetes, visualização e controle de instrumentos, observação do comportamento de máquinas etc. (DANTAS, 2007 apud DANTAS, 2010, p. 5).

Sendo, como vimos, trabalho vivo aquilo que produz valor e trabalho morto, entre outras coisas, insumos de produção, as obras artísticas podem ser consideradas, rigorosamente, tanto um, como outro. É trabalho vivo na medida em que produz valor (seja de uma marca ou de uma obra artística) e é trabalho morto na medida em que se constitui insumo e instrumento para outros “trabalhos vivos”. Como instrumento, se manifestaria por meio do emprego de ferramentas (como computadores, softwares etc.) pelo trabalho vivo. Como insumo, uma obra poderia se transformar em matéria-prima na criação de novas obras.

O fluxo da riqueza criativa é mais representativo quando pensado em termos de acesso e fruição – criação – difusão, sendo o acesso o ponto de partida para os demais elos da cadeia econômica. O acesso e a fruição são basilares e fundamentais porque fornecem a matéria-prima (referências culturais) para a criação (produção), permitem o desenvolvimento de novos criadores e aperfeiçoamento das técnicas (inovação cultural) e provocam o desejo de fruir destas criações (demanda e consumo), retroalimentando o sistema. São, pois, a porta de entrada no sistema. (ROCHA, in MinC, 2011, p. 117)

Tomemos como exemplo o gênero forró e seus derivados “eletrônico”, “universitário”; ou ainda os *memes* de internet, as paródias e toda a sorte de *remixes* audiovisuais e fonográficos, que atribuem outros significados às obras originais. Seu valor de uso, no entanto, estaria ainda atrelado ao trabalho vivo, mesmo quando fixadas em “suportes”, meios físicos por meio dos quais elas alcançarão os consumidores.

Seja naquelas indústrias ainda, digamos, “tradicionais”, seja, sobretudo, nas novas fronteiras capitalistas de acumulação, nessas expansivas indústrias culturais, mediáticas, “criativas”, “informacionais”, que nomes tenham, o capital mobiliza trabalho vivo concreto para gerar um produto cujo valor de uso reside nesse trabalho vivo mesmo, não no trabalho morto, trabalho passado. O livro, o CD ou a película cinematográfica permitem reproduzir o desempenho do artista e são adquiridos tão somente porque transportam esse trabalho vivo até às mãos e olhos do seu usufrutuário em qualquer situação de espaço-tempo. (DANTAS, 2010, p. 7)

Se, por um lado, é inegável que a cultura existe em sua forma “mercadoria”, com seu valor de uso e valor de troca, por outro, é possível abordar o trabalho cultural para além da esfera da produção capitalista mesmo que nela esteja inserido. Os aspectos econômicos da cultura, não apenas em sua dimensão antropológica, mas também em sua materialização

cotidiana, são muitas vezes marginais ou alheios às preocupações daqueles que a produzem.

Como vimos, no entanto, as intenções e os objetivos não definem, per se, a natureza das atividades artísticas e intelectuais. Tampouco a eventual ausência de um valor de troca “imediato” pressupõe a completa inexistência do mesmo, muito menos a impossibilidade de se atribuir valor de uso aos trabalhos criativos. São, portanto, suas relações com o capital e os processos produtivos que caracterizam essas atividades como partes da engrenagem do capital. Como demonstra Dantas, é possível reconhecer um fio condutor comum de toda a produção de informação em nível teórico, mas isso não despe a produção simbólica material de particularidades.

O conhecimento é produto da informação, logo produto do trabalho. É trabalho passado, não deixando de ser, por isto, redundância que o trabalho vivo neguentrópico reprocessa, enriquece, recria em conhecimento novo. Sendo humano, o conhecimento incorpora necessariamente aspectos constitutivamente humanos, como os sonhos de futuro, as emoção e pulsões, as determinações da cultura. Se a informação, no geral, processa sinais, a informação humana, por que orientada pelo conhecimento, processará signos. E o trabalho informacional humano será, por natureza, sígnico, envolvendo toda uma incomensurável gama de possibilidades conotativas e pragmáticas. (DANTAS, 2010, p. 10)

Além do caráter sígnico desse universo, repleto de subjetividades, a complexa e heterogênea gama de relações de produção do campo cultural dificulta a redução de todo o conjunto de atividades a um só modelo, persistindo a coexistência de agentes culturais em diferentes condições e “posições” no processo produtivo (o capitalista; o microempresário; o trabalhador assalariado; o trabalhador autônomo – em forma de pessoa física e de pessoa jurídica; o “público ativo”, ou seja, a “audiência participativa”; o ativista; o “não intencional” como, por exemplo, o “típico usuário das redes sociais”, em outras palavras, aquele que cria sem buscar transformar sua criação em produto). Assim, o setor será caracterizado pela produção de bens e serviços, nos mais diferentes níveis de organização da produção, manifestando-se em processos iniciáticos, como aqueles associados a crenças e religiões (como é o caso das religiões de matrizes africanas, indígenas), em ambientes amadores (como é o caso dos que criam por *hobby* e de maneira esporádica), bem como em variados graus de profissionalização, das produções sem fins lucrativos, como as festas e manifestações populares, às grandes indústrias culturais e da informação, organizadas em conglomerados nacionais e internacionais.

Na perspectiva macro, é possível identificar relação entre todas essas variantes e o

capital. No âmbito individual, no entanto, e nas microrrelações, será possível identificar perspectivas muito distintas entre elas, que terão impacto nas relações de trabalho e na acumulação do capital. Além das distintas filiações teóricas e ideológicas, bastante determinantes nas análises das relações entre economia e cultura, essa heterogeneidade parece também contribuir para a diversidade de abordagens no tocante à produção cultural. Entre os otimistas, encontram-se os pequenos e médios empresários, empreendedores individuais, trabalhadores da cultura, redes e cidadãos envolvidos na criação de bens culturais e de conteúdos, em geral, pelos meios de comunicação. Entre os céticos, conglomerados, grandes empresas, microempresários, empreendedores individuais e artistas e produtores culturais autônomos são vistos como parte de um mesmo sistema, uma mesma economia, em que o peso – também político – do grande capital é relevante e as pequenas iniciativas não passam de laboratórios sem expressão e poder de transformação (McCHESNEY, 2013).

Em geral, tal polarização coincide com o debate travado entre entusiastas da internet como um meio de comunicação que tem possibilitado a transformação do cenário de comunicação e difusão de ideias, bens culturais e opiniões, e os céticos, que veem a internet fundamentalmente como mais um instrumento do sistema para promover a aceleração do capital, possibilitando que toda a criação de conteúdo na rede seja apropriada por ele. Nesse último cenário, até mesmo a produção desinteressada e “espontânea” geraria audiência e informação, muitas vezes detalhada, sobre os hábitos de consumo dessas pessoas que navegam diariamente na rede; funcionariam então como laboratório de “coisas que deram certo”, sem necessidade de investimento e risco em inovação, beneficiando tradicionais meios de comunicação e a indústria cultural assim como as “novas” grandes empresas, como Google e Facebook. McChesney costura exatamente esse debate no primeiro capítulo de sua mais recente obra, *Digital Disconnect*. Mas, para ele, os céticos acabam por legitimar a posição dominante dos entusiastas, fazendo-a parecer “resultado de um extenso debate”. Segundo McChesney, isso pode terminar por dificultar o avanço de análises e investigações, ao irem muito longe em suas críticas incisivas aos problemas da internet para reafirmarem suas convicções. Tanto os trabalhos dos entusiastas como os dos céticos, segundo o autor, revelam uma tendência de considerar o capitalismo algo dado e adotam o determinismo tecnológico, pois tenderiam a “levar a tecnologia a conduzir as rédeas da história” (McCHESNEY, 2013, p. 12).

Flichy também adota uma perspectiva interessante em *The internet imaginaire*, publicado originalmente em 2001, segundo a qual não se trata de adotar o discurso iludido e entusiasta em torno das “novas tecnologias”, mas de adotar uma postura em relação às várias tendências de pensamento e distingui-las, compreendendo as causas que as movem:

Nos últimos trinta anos, ouvimos sobre as 'novas tecnologias de comunicação'. [...] Uma leitura do discurso que acompanhou o nascimento dos novos meios de comunicação dá a impressão de que a história sempre se repete. De tempos em tempos, os mesmos reformistas sociais exaltam esperanças de resolver os problemas da educação ou de revitalizar a democracia, os mesmos Cassandras percebem as novas mídias como uma ameaça à cultura ou aos direitos dos cidadãos, os mesmos idealistas veem o alvorecer de uma nova civilização. Devemos denunciar esses falsos profetas com suas memórias curtas, que repetidamente esquecem-se de comparar as tendências tecnológicas de hoje com as profecias do passado? Ou devemos adotar uma postura, juntarmo-nos às causas dos idealistas, realistas e céticos, e separar o joio do trigo nesses discursos que acompanham o nascimento de novas tecnologias da comunicação? (FLICHY, 2007, p.1)

A mesma pergunta de Flichy instiga-nos à adoção de uma postura crítica, embora não necessariamente pessimista, em relação às oportunidades de transformação da realidade que nos cerca, a partir das relações de trabalho vigentes. As contribuições de entusiastas, em relação às oportunidades abertas pelo que se entende como um “novo espaço” para a economia da cultura e a economia criativa na sociedade atual, permitem-nos refletir sobre as possibilidades de transformações que a cultura traz para o desenvolvimento e seus limites.

As diferenças entre as correntes que têm formulado sobre a economia da cultura são muitas: as premissas, as questões-chave, as influências e a metodologia. Não se espera, assim, que autores de uma determinada corrente busquem outros não alinhados com seus pressupostos teóricos para subsidiarem suas análises. É possível perceber também que as referências a determinados termos, conceitos e nomenclaturas têm por consequência “confusões”, como é o caso de “economia política”, “apropriação”, “trabalho criativo”, “inovação” e, evidentemente, como já ressaltado numerosas vezes nesta dissertação, “economia da cultura” e “economia criativa”.

Se essa confusão conceitual em relação a termos tão em voga nos debates públicos da última década foi uma das motivações para a realização desta pesquisa, após incorrer na tentativa de propor um diálogo entrelaçado e convergente entre as diversas correntes, pode-se dizer que foi preciso dar um passo atrás e reorganizar as posições por conjunto de afinidades. Além dos desafios relativos às terminologias, as correntes que se interessam mais pelos aspectos microeconômicos desses setores tendem a renunciar a uma análise mais estrutural e

sistêmica. Por outro lado, as correntes de análise macroeconômicas tendem a fechar os olhos para a maneira como as mudanças têm sido percebidas ou mesmo às oportunidades que se abrem – o que remete também a uma polarização das escolas “integradas” e críticas. As primeiras tendem a “positivar” o desejo de mudança, enfatizando as oportunidades que se abrem (ou poderiam ser abertas), imaginando que as novas tecnologias da informação e da comunicação, ao serem amplamente utilizadas pelos agentes sociais, contribuiriam para mudanças estruturais nas relações socioeconômicas e culturais vigentes. Já as correntes críticas, baseadas tanto em outras passagens semelhantes da história, promissoras de mudanças, como em uma análise macroestrutural, tenderiam a enfatizar as características cíclicas do capitalismo e como os agentes mais fortes desse sistema incorporariam as mudanças em seu benefício.

Na próxima seção, apresentaremos algumas das principais definições e concepções de economia da cultura e economia criativa sob a perspectiva não crítica, em especial de pesquisadores neoclássicos, para podermos, mais tarde, analisar o Plano Brasil Criativo à luz das diversas formulações aqui abordadas.

## **2.2 A economia da cultura e a economia criativa nas correntes não marxistas**

A importância, para esta dissertação, de pesquisadores de economia da cultura e economia criativa, de correntes distintas à da economia política da comunicação e da cultura de influência marxista, reside não apenas em sua dedicação à elaboração desses conceitos no Brasil e no mundo, como também no papel que tiveram ao influenciarem a agenda pública nessa área e ao se tornarem referências para ações de organizações internacionais e nacionais, mais precisamente para o Ministério da Cultura, em especial entre 2003 e 2010.

Entre os principais expoentes contemporâneos da área estão a francesa Françoise Benhamou e o australiano David Throsby. Cabe destacar também a importância das definições de organizações como a Unctad, Unesco, e de brasileiros que repercutiram fortemente os conceitos dessas organizações e, mais do que isso, contribuíram com a sua formulação, como Paulo Miguez, economista, atual vice-reitor da UFBA e ex-secretário de Políticas Culturais do MinC e Ana Carla Fonseca Reis, economista com pós-graduação em gestão pública.

O conceito de economia da cultura, no âmbito da microeconomia, começou a ser desenvolvido a partir da década de 1960, com o artigo de William Baumol e William Bowen, “Performing arts: the economic dilemma”, de 1966. Em 1973, William Hendon criou o *Journal of Cultural Economics* (MIGUEZ, 2009). No Brasil, como vimos na revisão bibliográfica da economia política da comunicação, há registros de estudos e emprego da expressão já nas décadas de 1980 e 1990, ainda que muito pouco desenvolvidos. Como afirma Bolaño: “A notável inexistência de trabalhos de economia da comunicação e da cultura, mesmo neoclássicos, no Brasil, é um bom exemplo do descuido com que estamos tratando o problema” (BOLAÑO, 2000, p. 275).

No entanto, como apontam Garcia Durand (no prefácio do livro *Economia da Cultura*, de Benhamou, 2007) e Ana Carla Fonseca Reis (2011), a preocupação com políticas voltadas para a economia da cultura se intensificou e, de certa forma, se “popularizou” de maneira singular na última década, contrastando com a presença marginal do assunto nos últimos vinte anos do século XX. Na realidade, como apontado anteriormente, a discussão sobre a relação entre cultura e economia não é nova, apesar de durante muito tempo ter recebido pouca atenção dos economistas. Mas, nas últimas décadas, o debate e os estudos têm se intensificado e, no contexto brasileiro, especialmente desde 2003, ganharam contornos mais decisivos para as políticas culturais.

Já economia criativa é uma expressão mais recente e menos frequente nos círculos acadêmicos (apesar de formulações já existentes, como vimos, do conceito de “trabalho criativo”); até o início do século XXI, era praticamente desconhecida no Brasil. Mesmo nas sociedades anglo-saxãs, em especial no Reino Unido e na Austrália, onde o conceito surgiu e tem sido debatido desde a década de 1990, a primeira publicação sobre o tema, sob essa alcunha, data de 2001 (MIGUEZ, 2007): trata-se de *The creative economy: how people make money from ideas*, de John Howkins. Apesar disso, Miguez revela que Richard Caves, professor de economia da Universidade de Harvard, no prefácio do livro *Creative Industries: contracts between art and commerce*, de 2000, admitia ter tido a intenção de escrever sobre o tema desde os anos 1980, mas decidira conquistar reputação de seriedade profissional para arriscar fazê-lo com mais confiança e conforto, uma vez que outros economistas de sua geração haviam dado preferência a estudos do que consideravam “indústrias sérias”, como a siderúrgica, a farmacêutica, entre outras. Isso demonstra não só que, em 2000, já havia



referência ao assunto em publicação acerca das indústrias criativas, ou do setor criativo, como também que, no campo da economia clássica, a temática era considerada de baixa relevância.

Neste contexto, emergem como centrais à economia os bens simbólicos e informacionais, e conseqüentemente às políticas voltadas para a economia da cultura e para a economia criativa. Tais expressões passaram a ser repetidas, cada vez mais frequentemente, por gestores culturais, públicos e privados, estudiosos, artistas, produtores e muitos outros profissionais dessa área, ganhando legitimidade no mercado e no poder público.

as expressões indústrias criativas e economia criativa são novas. Ainda que ambos os termos possam ser alcançados pelo expressivo debate que as várias disciplinas científicas travam à volta do que é chamado de 'terceira revolução industrial' e, por extensão, estejam conectados com a variada gama de denominações que tentam capturar o paradigma de produção da sociedade contemporânea – sociedade pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação ou do aprendizado – o certo é que, querendo significar um setor da economia ou almejando tornar-se um campo específico do conhecimento, não deixam de constituir-se em uma novidade bastante recente. Na linguagem da academia, pode ser dito, então, que indústrias criativas e economia criativa configuraram um campo de conhecimento pré-paradigmático, ainda que em rota ascendente e ritmo crescente de constituição. (MIGUEZ, 2007, p. 4)

Apesar de significativos avanços na consolidação dos termos e aceitação de sua importância por pesquisadores nos últimos anos nas mais diferentes correntes, trata-se de conceito ainda em construção, como demonstra o próprio plano da Secretaria de Economia Criativa do MinC, que será abordado no próximo capítulo e para o qual foram convocados pesquisadores e especialistas para melhor defini-los. No Brasil, um marco na adoção da expressão foi a XI Conferência da Unctad, que aconteceu em São Paulo em 2004.

No caso do Brasil, por exemplo, a temática da economia criativa e das indústrias criativas surge apenas a partir de 2004, com a realização, durante a XI Conferência da UNCTAD, reunida em São Paulo, de um painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento. (MIGUEZ, 2007, p. 4).

Segundo Miguez, depois disso, questões relativas à economia criativa conquistaram espaço cada vez maior na agenda de organizações das Nações Unidas, como a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Esta pesquisa não colheu evidências suficientes para esclarecer os motivos que levaram essas organizações a se decidirem pela promoção desse setor. No entanto, cabe levantar dois aspectos importantes, que poderão ser

aprofundados em outra ocasião: o primeiro diz respeito à sua justificativa para a necessidade de o capitalismo investir em novas “frentes”: superar a “crise” e um suposto “fracasso” do modelo industrial, tendo como premissa a possibilidade de um “capitalismo sustentável e não excludente”; no entanto, se o investimento em novas frentes tem por consequência a ampliação da circulação do capital em sua forma rentista (DANTAS, 2010), a economia criativa não contribuiria para o almejado “capitalismo sustentável e não excludente”. O segundo aspecto refere-se a uma adesão ao pensamento considerado pós-moderno, como veremos adiante nas considerações de David Harvey sobre a aceleração e a acumulação flexível do capital.

A tradição clássica da economia política relegou a arte a um plano secundário. Segundo Benhamou, Adam Smith e David Ricardo consideravam o consumo de arte como gastos em lazer e sem efeito para a produção de riqueza de uma nação. Tomavam a cultura como trabalho não-produtivo (e os artistas, trabalhadores não-produtivos, como retoma Marx depois), pois “a obra de todos eles [os trabalhadores não-produtivos], tal como a declamação do ator, o discurso do orador ou os acordes do músico, desaparece no mesmo instante em que é produzida” (SMITH, Livro II, cap. 3 apud BENHAMOU, 2007, p. 16). Smith diria que a remuneração desse trabalhador deveria cobrir o custo do investimento e tempo necessários para a criação e que, se o Estado pudesse financiar esse trabalho, isso poderia “dissipar [...] o humor sombrio e a predisposição à melancolia” (SMITH, Livro V, cap. 1 apud BENHAMOU, 2007, p. 16). Alfred Marshal teria “reconhecido” a teoria sob a qual “quanto mais um indivíduo ouve música, mais aumenta seu gosto por ela”, abrindo caminho para análises segundo as quais o consumo de arte seria uma exceção à teoria da diminuição da utilidade marginal (BENHAMOU, 2007, p. 16).

Benhamou aponta que os estudos de economia da cultura, tal qual a conhecemos hoje, têm origem nos trabalhos dos institucionalistas norte-americanos Kenneth Boulding e John Galbraith – em que o primeiro afirma a relevância das artes no processo de criação e circulação de informação e o segundo aponta, em 1973, que as artes teriam cada vez mais importância para a economia. Mas a economista francesa chama a atenção para o fato de que mais basilares ainda foram as formulações já mencionadas acima de William Baumol e William Bowen sobre espetáculos ao vivo e as de Gary Becker, no que se refere ao consumo e à valorização das obras ao longo do tempo (em contraposição ao desgaste com o passar do

tempo), além dos estudos de Alan Peacock. Benhamou argumenta que a economia da cultura consolidou-se impulsionada essencialmente pela necessidade e pela possibilidade de a cultura contribuir para uma “nova microeconomia”:

Assim desenvolveu-se a economia da cultura, estendendo progressivamente seu território e seus métodos, até obter um reconhecimento institucional de que é testemunho a publicação, em 1994, de um survey de David Throsby no *Journal of Economic Literature*. Três fatores contribuíram para esse reconhecimento: o surgimento de uma propensão a gerar fluxos de rendas ou de empregos, a necessidade de avaliação das decisões culturais e, no plano teórico, a evolução da economia política para campos novos (economia das atividades sem fins lucrativos, revisão do pressuposto da racionalidade, economia das organizações, economia da informação e da incerteza). A economia da cultura torna-se um terreno privilegiado da comprovação empírica de novos progressos; toma emprestado suas ferramentas de análise da 'nova microeconomia'." (BENHAMOU, 2007, p. 18)

A economista francesa é professora na Universidade de Paris I e, entre 1991 e 1993, trabalhou no Ministério da Cultura francês como consultora técnica encarregada da política para livro e promoção da leitura; em seguida, foi Secretária geral da Biblioteca Nacional das Artes. Foi eleita presidente do Conselho Executivo da Associação da economia da cultura internacional em 2010 e reeleita em 2012. Sua única obra publicada em língua portuguesa, foi prefaciada por José Carlos Durand. Cientista social influenciado por Bourdieu, Durand é criticado por marxistas e crítico do marxismo, embora com ele dialogue na questão da concentração econômica. (BASTOS et al., 2006). Em entrevista a pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas (BASTOS et al., 2006), Durand abordava o diálogo com outros autores e a comparação entre sociologia e economia,

Existirá mesmo nas entrelinhas de *O Capital* uma lógica diferente fundando o pensamento? Ou será que [dialeticamente] não passa de uma palavra mágica, provocadora ela própria da ilusão mais completa de ruptura com tudo o que até então existiu como explicação do social? [...] Por que exatamente na sociologia prevaleceria uma lógica completamente diferente? [...] A propósito, em meus trabalhos, tenho percebido que a tipologia de oligopólios formulada pela Economia é sempre de grande utilidade para elevar a capacidade explicativa de como funciona a dominação de classe e a autonomia relativa dos campos sociais, na linguagem de Bourdieu. Nesse sentido [...], nunca deixei de manter diálogo com o marxismo, mas nessa vertente particular de explicação da concentração econômica, que Marx certamente divide com outros teóricos. (BASTOS et al., 2006, p. 194)

Isto não quer dizer necessariamente que Benhamou esteja alinhada a Bourdieu ou que seja crítica do marxismo, embora seja de praxe haver uma afinidade teórica entre o autor de uma obra e aquele que se dispõe a escrever o seu prefácio. O que se quer ressaltar aqui é que Benhamou não incorpora em sua historiografia da economia da cultura os acúmulos das

vertentes marxistas e se dedica a estudar principalmente os aspectos microeconômicos do setor de espetáculos na França.

Benhamou diz que William Baumol e William Bowen “demonstram que a economia cultural é dependente da subvenção pública” (BENHAMOU, 2007, p. 17-18) e que Gary Becker e Alan Peacock contribuíram para a economia política; o primeiro mostrando que o setor cultural também é caracterizado por um mercado maximizador e o último afirmando que os grupos privados de pressão atribuíam para si resultados das ações governamentais. Certamente, não era à vertente crítica da economia política que Benhamou se referia. Entre as contribuições desses autores, no entanto, pode-se dizer que as pesquisas de Baumol sobre espetáculo ao vivo na França influenciaram amplamente os estudos sobre cultura naquele país, inclusive os de pesquisadores não neoclássicos, como afirma Bolaño:

A economia da comunicação e da cultura convencional nos brinda com duas perspectivas completamente distintas para a análise do problema dos custos da produção cultural (veja Bolaño 1995b). Uma delas segue as pistas de Samuelson (1964) enquanto a outra parte de um trabalho seminal de Baumol (1968) sobre a economia das artes do espetáculo ao vivo e teve grande repercussão na França entre autores que não podem ser em princípio considerados como neoclássicos. “Sabe-se, com efeito, que para Baumol, nesse tipo de espetáculos, a alta dos custos de produção apresenta um caráter inexorável ao passo que as receitas são, na melhor das hipóteses, francamente crescentes e que a produtividade do trabalho artístico é quase que constante: resultam daí, portanto, déficits crescentes (MIÉGE et al., 1986, p. 75 es. apud BOLAÑO, 2000, p. 208). Independentemente das divergências pontuais e das críticas a Baumol, nas quais não poderemos nos concentrar, nos limites deste trabalho, Herscovici adota a ideia segundo a qual, dado o “déficit baumoliano”, o financiamento da produção cultural depende de fontes externas, públicas ou privadas, cujo aporte deve ser cada vez mais elevado. (BOLAÑO, 2000, p. 208-209)

Já Throsby define a economia da cultura como o universo de serviços e bens culturais que: 1) resultam de processos produtivos em que a criatividade humana desempenha um importante papel; 2) são bens que só podem ser avaliados quando experimentados; quanto mais consumidos, mais o gosto por eles cresce; 3) apresentam características de bens públicos que produzem efeitos positivos ou benefícios difusos; 4) são veículos para conteúdos simbólicos, servindo a propósitos mais amplos de comunicação e não se constituindo como utilitários simplesmente; 5) ao menos potencialmente, contêm alguma forma de propriedade intelectual que pode ser atribuída a um indivíduo ou a um coletivo; 6) incorporam ou geram formas de valor que não são expressas em termos monetários. (THROSBY, 2006, p. 7)

A definição de Throsby inspirou as políticas do Reino Unido de Tony Blair, do

Ministério da Cultura brasileiro<sup>8</sup> (de maneira não linear, como veremos no próximo capítulo) e de organismos internacionais.

Inspirado no Ministério das Indústrias Criativas do governo britânico, cujas origens se remetem às ações do Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do New Labour de Tony Blair e nos economistas liberais da cultura, como D. Throsby, da escola australiana, Gilberto Gil, à frente da pasta, afirmou que “a diversa e sofisticada produção cultural brasileira, além de sua relevância simbólica e social, deve ser entendida como um dos grandes ativos econômicos do país, capaz de gerar desenvolvimento” (GIL; PORTA, 2008 apud LOPES; SANTOS, 2011).

Em 2003, após aprovação do conselho executivo da Unesco, Throsby foi um dos quinze convidados pela organização para compor um grupo de especialistas que seria responsável por propor uma primeira versão para a Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais da Unesco, que deveria ser apresentada na 33ª Conferência Geral das Partes da Unesco em 2005.

Após análise e aprovação do Conselho Executivo da UNESCO, a proposta foi votada na 32ª Conferência Geral das Partes da UNESCO, em outubro de 2003, que, por unanimidade, decidiu que fosse iniciada a elaboração desse novo instrumento. Sendo assim, o primeiro procedimento adotado pela UNESCO foi convidar 15 especialistas para debater o escopo da futura convenção e produzir uma primeira versão do texto. (Kauark, 2010, p. 1)

O professor de economia australiano foi consultor não só da Unesco como também da Unctad, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), do Banco Mundial, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Assim, mesmo sem necessariamente ser citada, a perspectiva de Throsby influencia as formulações de organismos internacionais.

Membro do conselho editorial da *Journal of Cultural Economics*, remete, assim como Benhamou, a Baumol e Bowen para marcar o início dos estudos mais específicos sobre o papel do setor das artes na economia e sobre a oferta e a demanda de serviços artísticos. Menciona que, remotamente, Hume e Turgot e o próprio Smith teriam levantado questões sobre o lugar da arte na sociedade, embora suas “pistas” não tenham sido aprofundadas pelos economistas políticos (neoclássicos) do século XIX (THROSBY, 2006, p. 4).

O economista aborda o tema nas perspectivas de consumo, produção e relações de

---

8 Lopes, Ruy Sardinha; Santos, Verlane Aragão. Economia, cultura e criatividade: tensões e contradições. Publicado em Carta Maior, em 25/02/2011. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Economia-cultura-e-criatividade-tensoes-e-contradicoes-%0D%0A/12/16464>>.

troca, baseando-se em análises comportamentais de indivíduos. Argumenta que a educação é um fator determinante na demanda e que estilos de vida extrapolam fatores de renda. Do ponto de vista da oferta, ele distingue as funções de produção e de mão-de-obra. Para Throsby, o caráter não mecânico da produção artística implica inúmeros fatores não previsíveis e quantificáveis, impedindo a determinação de elementos de “entrada e saída” que garanta “eficiência técnica”. No que se refere à oferta de trabalho, Throsby afirma que o mercado de trabalho nas artes foi bastante pesquisado, em comparação com outras profissões, e que o quadro se complexifica em função de três características do trabalho artístico que o diferenciam de outros: 1) a remuneração pelo trabalho artístico seria geralmente mais baixa do que a de outras ocupações que requerem nível educacional semelhante; então, é muito comum que esses trabalhadores tenham mais de um emprego; 2) O nível de variabilidade dos ganhos entre os artistas costuma ser maior do que o de outras profissões; 3) motivações não pecuniárias são importantes na decisão sobre alocação de tempo de um artista nos mercados alternativos e tendem a prevalecer sobre os incentivos financeiros ou, ao menos, reduzir sua influência. (THROSBY, 2006, p. 9)

### **2.2.1 Os organismos internacionais**

Entre as organizações internacionais que buscaram conceituar ou delimitar o tema estão a Unesco, a Unctad, a Organização Mundial de Propriedade Intelectual e a Comissão Europeia. Apresentando breves conceitos com baixo grau de abstração generalizante, elas focam mais em delimitar os setores abrangidos por eles do que em criar uma definição geral que se baseie na forma como economia da cultura e economia criativa funcionam – como se vê nos esforços da economia política da comunicação e da cultura.

Seu poder multiplicador, no entanto, não nos permite ignorá-los. Mesmo quando adaptadas, as diretrizes e concepções difundidas por essas organizações têm o poder de se alastrar rapidamente em nível global, impactando não apenas o discurso de organizações sem fins lucrativos, governos e empresas, mas também nas linhas de crédito, pesquisa e investimentos, públicos e privados. A criação de frentes de trabalho relacionadas a esses temas termina também por influenciar outras políticas, como tratados e convenções internacionais assinados por dezenas de países. E esse poder de irradiação parte de um círculo bastante restrito e limitado, como pudemos ver no caso da Unesco, que desenvolveu o primeiro texto

base de sua convenção de diversidade cultural com a participação de 15 consultores, seguido de debate entre os países membros. Outro evento, no seio dessas organizações, este casual e aleatório, que pode vir a ter impacto em nível global é, segundo Cláudia Leitão, a transferência dos trabalhos sobre economia criativa, no âmbito das Nações Unidas, da Unctad para a Unesco, em decorrência da aposentadoria de uma única pessoa, Edna dos Santos-Duisenberg, brasileira que se encontrava havia 29 anos na organização. Em última análise, a migração do tema da economia criativa, de uma organização que atua nas áreas de comércio e desenvolvimento, para a instituição que trata de educação e cultura em nível global, foi menos uma decisão institucional consistente e mais uma consequência da aposentadoria da então responsável pelo setor.

Essas organizações internacionais são profundamente competitivas e conflituosas entre elas por uma série de elementos. Quem comandava o setor de economia criativa na Unctad era uma carioca, Edna dos Santos, que se aposenta e se abre uma espécie de lacuna. Até a aposentadoria da Edna, que é um fator totalmente aleatório, influencia a saída da economia criativa da Unctad para a Unesco. E isso pode ser bom. (Cláudia Leitão, em entrevista à autora, 2014)

Para a Unesco, a economia da cultura contempla atividades que envolvem a criação, produção e comercialização de bens e serviços de natureza cultural tipicamente protegidos por direito de reprodução. Produzido pela Unesco, o relatório *International flows of cultural goods and services 1994-2003*, utilizando-se da nomenclatura de uma espécie de Cnae (Classificação nacional de atividades econômicas) internacional, destaca 14 segmentos como constituintes da economia da cultura: 1) Núcleo dos bens culturais: patrimônio; livros; jornais e periódicos; outros materiais impressos; mídia gravada; artes visuais; mídia audiovisual (inclusive videogames); 2) Núcleo dos serviços culturais: serviços de audiovisual e correlatos; cobrança de royalties de direitos de cópia e de licenciamento. 3) Bens culturais correlatos: equipamentos/material de apoio; plantas e desenhos de arquitetura e material de propaganda. 4) Serviços culturais correlatos: serviços de informação e de agências de notícias; serviços de publicidade e arquitetura; outros serviços pessoais, culturais e recreacionais. (GORGULHO et al., 2009, p. 306)

Já a Unctad define economia criativa como um conceito em desenvolvimento, baseado em insumos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento, podendo acelerar a geração de renda, a criação de empregos e ganhos com exportação, ao mesmo tempo em que promovem a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento

humano. Ainda faz parte de sua conceituação o fato de essa economia envolver aspectos econômicos, sociais e culturais em interação com a tecnologia, a propriedade intelectual e o turismo, tratando-se de um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento com uma dimensão de desenvolvimento e grande transversalidade à economia em geral nos níveis micro e macro. A economia criativa, segundo a Unctad, envolve assim as chamadas “indústrias criativas”, que podem ser definidas como:

os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como seus principais insumos. Eles compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento que produzem bens tangíveis e serviços intangíveis de ordem intelectual ou artística com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado.<sup>9</sup>

Diz ainda a Unctad que se trata de uma opção de desenvolvimento viável que exige ações interministeriais e respostas de políticas multidisciplinares inovadoras<sup>10</sup>. Os setores que compõem a economia criativa, para essa organização, são: 1) o de patrimônio: artesanatos, festivais e celebrações; sítios culturais (museus, biblioteca etc.) e arqueológicos; 2) artes visuais (pintura, escultura, fotografia etc.) e performáticas (música ao vivo, teatro, dança, opera, circo etc.); 3) mídia: produção de conteúdo criativo com objetivo de comunicação com o grande público, como a editorial (livros, imprensa etc.) e a audiovisual (cinema, televisão, rádio e outras transmissões); 4) criações funcionais: atividades como design (de interior, gráfico, moda, joias, brinquedos); a “nova mídia ” (software, videogames e conteúdo criativo digital); e “serviços criativos”, como a arquitetura, a publicidade, os serviços culturais e recreativos, pesquisa e desenvolvimento. (GORGULHO et al., 2009, p. 305)

Para Organização Internacional da Propriedade Intelectual (Ompi), economia criativa está baseada na criação, produção, transmissão e distribuição de bens e serviços que façam jus a direitos de propriedade intelectual. A Ompi separa a economia criativa em três grandes grupos de indústrias: aquelas que produzem diretamente o direito à propriedade intelectual, como as de audiovisual, incluindo propaganda, cinema e vídeo, as de música e as de software; as relacionadas a esse primeiro grupo, como equipamentos para gravação e fixação de imagem e áudio, instrumentos musicais e bens eletrônicos de consumo; e aquelas funcionais, como arquitetura, design e moda. (GORGULHO et al., 2009, p. 304)

A Comissão Europeia, em sua publicação *The economy of culture in Europe*, trata de

9 UNCTAD says goodbye to head of Creative Economy Programme. 01/07/2012. Disponível em: <<http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=154>>.

10 Idem.



dois grandes setores: o cultural e criativo. Enquanto o primeiro produziria bens e serviços resultados da produção artística, o segundo teria, na cultura, um insumo, como “fator de diferenciação e de inovação”, para a produção de criações funcionais, caracterizadas por terem finalidades próprias diferentes da artística ou cultural. A cultura como insumo, nesse último caso, é entendida como “um conjunto de crenças, costumes, valores e hábitos adotados por sociedades ou grupos de pessoas”. Os setores culturais compreenderiam, assim, as atividades relacionadas à arte, “que se caracterizam por seu consumo imediato e por não terem o objetivo de reprodução em série – por exemplo, pinturas, exposições monumentos e espetáculos”; e aquelas objeto de produção industrial em massa, como livros, CDs e DVDs e afins. Os setores criativos, por sua vez, envolveriam a publicidade, a arquitetura, o design e a moda. (GORGULHO et al., 2009, p. 302)

### **2.3 Economia da cultura e economia criativa na era do capitalismo informacional: o papel da propriedade intelectual**

Ao longo das páginas anteriores, observamos que diversas definições de economia da cultura e economia criativa têm na propriedade intelectual um fator central na determinação do escopo desses dois setores. Como veremos no capítulo 3, o Ministério da Cultura, em mais de uma ocasião, defendeu a não vinculação obrigatória entre uma coisa e outra, a fim de incluir, nas políticas voltadas a esses setores, segmentos do mercado em que a propriedade intelectual não figuraria, na visão daquele Ministério, como componente elementar.

A Organização Mundial de Propriedade Intelectual (Ompi) define propriedade intelectual como o conjunto de direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas, aos fonogramas e a conteúdos de radiodifusão, às invenções, às descobertas científicas, aos modelos industriais, às marcas e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (OMPI, 1967).

Antes da definição convencional, a expressão “Propriedade intelectual” aplicava-se, mais restritamente, aos direitos autorais; nesta acepção, encontramos extenso emprego na doutrina anterior. Em sua origem, porém, como concebido por Josef Kohler e Edmond Picard nos fins do Sec. XIX, o conceito correspondia ao expresso

na Convenção da OMPI<sup>11</sup>.

Tem-se, assim, correntemente, a noção de Propriedade intelectual como a de um capítulo do Direito, altíssimamente internacionalizado, compreendendo o campo da Propriedade Industrial, os direitos autorais e outros direitos sobre bens imateriais de vários gêneros. (BARBOSA, 2002, p. 4)

Antes de discutirmos o papel desempenhado pela propriedade intelectual no mercado cultural, cabe versarmos brevemente sobre a história do direito autoral, modalidade de propriedade intelectual presente na maior parte das manifestações culturais, e sobre as primeiras legislações de marcas e patentes para, depois, apresentarmos o conceito de renda informacional, que contemplará, de maneira abrangente, o trabalho com informação (DANTAS, 2008; DANTAS, 2012).

Mais frequentemente objeto dos estudos de direito, o desenvolvimento dos regimes jurídicos de propriedade intelectual, historicamente, guardou estreitas relações com inovações tecnológicas e com o desenvolvimento dos sistemas de produção e distribuição de cada tempo. O marco mais associado ao direito autoral é a invenção da prensa de tipos móveis, tomada como referência para o início da constituição das condições propícias ao surgimento do direito autoral. Ela teria sido um dos fatores a contribuir, indiretamente, para o surgimento do direito autoral, visto que o desenvolvimento do comércio do livro teria trazido crescente preocupação em torno dos direitos patrimoniais e de reprodução da obra, paralelamente ao fortalecimento da concepção moderna de autoria, segundo a qual a obra é uma expressão da personalidade do autor (MIZUKAMI, 2007).

A criação de Gutenberg traria consigo, de fato, diversas mudanças sociais radicais, alterando as formas de produção, sistematização, disseminação e consumo de informação, dando impulso ao Renascimento e à Reforma e estabelecendo ambiente propício ao desenvolvimento dos regimes de direito de autor. É só a partir da facilitação da reprodução em larga escala de obras intelectuais promovida pela imprensa que se pode começar a cogitar em sistemas como os atuais e, com efeito, não havia antes da invenção da imprensa, um regime de direito de autor propriamente dito. [...] Os regimes de direito de autor são, definitivamente, criações da modernidade, que apenas puderam surgir após o advento de um determinado avanço tecnológico no campo da informação e comunicação: a imprensa de tipos móveis. (MIZUKAMI, 2007, p. 230)

Entre a invenção Gutenberg e a primeira legislação em direito autoral, no entanto,

---

11 Stephen P. . Ladas, *The International Protection of Literary and Artistic Property* 9-10 (1938), Arpad Bogisch, *The First Hundred Years of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property*, 19 *Indus. . Prop.* . 191 (1983); Arpad Bogisch, *The First Hundred Years of the Berne, Convention for the Protection of Literary and Artistic Works*, 22 *Copyright (WIPO)* 291 (1986)

passaram-se mais de dois séculos e ela, sozinha, não seria suficiente para explicar a constituição do sistema jurídico que o instituiu. Associações diretas e simplistas entre uma e outra coisa ocultariam elementos importantes, como o jogo de interesses e as relações de poder que integravam um processo econômico e social de expansão do comércio exterior, do mercantilismo e do comércio de livros.

Como afirmado, contudo, não se pode transferir à invenção da imprensa a totalidade das condições necessárias ao surgimento do direito de autor. Quase trezentos anos separam a invenção da imprensa e a primeira lei de direitos autorais da história, o Statute of Anne inglês, de 1710. A invenção da imprensa é apenas um dos fatores que influenciaram o surgimento das tradições modernas de direito de autor, mais indireta do que diretamente.

A facilidade que a imprensa proporcionou à produção de livros acabou por motivar a consolidação e expansão de um intenso comércio do livro, uma das principais causas diretas para a criação dos sistemas de direito de autor. Facilidade de reprodução, por si só, não é o bastante para o desenvolvimento de sistemas de direitos autorais: foi preciso que se estabelecesse um comércio do livro, e que determinadas práticas competitivas (e anticompetitivas) direcionassem os livreiros de então à procura de proteção a investimentos iniciais, primeiramente via privilégios, e posteriormente por meio da positivação de normas de direito de autor – na maior parte das vezes “de autor” apenas em nome, como restará claro. (MIZUKAMI, 2007, p. 230-231)

Criada em 1967 no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU), a Ompi englobou as Convenções de Paris (1886) e de Berna (1886), sobre a propriedade industrial e a propriedade intelectual respectivamente, com o objetivo promovê-las no nível internacional, por meio da cooperação entre os Estados-membro, bem como em colaboração com outras organizações internacionais. Assim, na década de 1990, a Organização Mundial de Comércio (OMC), estabeleceu novas normas para os direitos de propriedade intelectual no âmbito do comércio internacional. Negociado por seus países membros no fim da Rodada do Uruguai, por meio do Acordo Geral de Tarifas e Troca (GATT), em 1994, o TRIPS (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) buscou ampliar a proteção aos direitos de propriedade intelectual, estabelecendo novos parâmetros, sanções comerciais e um prazo para que os países signatários alterassem suas legislações.

No Brasil, a primeira medida de proteção do direito de autor data de 1827, em mesma lei que estabeleceu os cursos jurídicos no país e estabeleceu dez anos de privilégios exclusivos sobre os materiais produzidos por professores. Inúmeros instrumentos jurídicos se seguiram, não apenas na esfera cível, mas sobretudo na criminal. A primeira legislação civil brasileira com a finalidade de proteger o direito de autor foi aprovada em 1898, treze anos

após a Convenção de Berna<sup>12</sup>. A lei criou as bases da legislação como a conhecemos hoje, definindo o direito autoral como um privilégio exclusivo, estabelecendo o prazo, para esse monopólio, de cinquenta anos após sua publicação (desde que depositada na Biblioteca Nacional) e circunscrevendo as limitações do referido direito. Desde então, houve mudanças na lei em 1912, substituída em 1916 pelo Código Civil, que ampliou o prazo de proteção desse direito para sessenta anos após a morte do autor. A legislação de 1973 tornou claro que o depósito na Biblioteca Nacional era apenas comprobatório, fazendo valer assim o direito independentemente do registro, ponto controverso desde que foi estabelecido (MIZUKAMI, 2007).

Em 1998, a Lei nº 9.610 substituiu a de 1973, ampliando o prazo de proteção para setenta anos após a morte do autor e as restrições de uso, protegendo bases de dados, bem como explicitamente mencionando a proibição de violações a dispositivos tecnológicos criados para restringir a cópia. A lei estabelece duas modalidades do direito: a moral e a patrimonial. A primeira refere-se à necessidade de se atribuir o crédito ao autor como um direito inalienável: ou seja, não pode ser cedido ou vendido. Já o direito patrimonial é aquele que garante ao autor a exclusividade na exploração econômica da obra, forma de monopólio que tem como prazo seu tempo de vida acrescido de setenta anos após sua morte. Durante esse período, para que a obra seja utilizada (acessada, distribuída, adaptada, traduzida), por qualquer pessoa, física ou jurídica, com ou sem fins comerciais, é necessário solicitar a autorização do autor ou de seus herdeiros, que poderão ou não conceder ao solicitante, mediante uma troca comercial ou não. Após este período, a obra deverá entrar em domínio público, o que permite a utilização (acesso, distribuição, adaptação, tradução) por qualquer interessado, com ou sem fins econômicos.

A Lei nº 9.610 (aprovada juntamente à Lei nº 9.609, de proteção à propriedade intelectual de programas de computadores) atendia os novos parâmetros impostos pelo TRIPS, aprovado, como vimos, no âmbito da Organização Mundial do Comércio e com o objetivo de aumentar a proteção à propriedade intelectual por todos os Estados-membro.

---

12 A Convenção de Berna aconteceu em 1886, na Suíça, e visava criar um acordo entre as nações para que se respeitassem os direitos de propriedade intelectual de estrangeiros, em âmbito internacional, por meio do reconhecimento do direito de autor entre os diversos países signatários. Após sua primeira edição, foi revista diversas vezes e passou a ser administrada pela Ompi em 1967. A mesma articulação que resultou na Convenção de Berna desembocou na criação Associação Literária e Artística Internacional.

O desenvolvimento da legislação sobre a propriedade industrial no Brasil, mais precisamente sobre patentes e marcas, também remonta ao século XIX: com a vinda da Família Real Portuguesa, em 1808, para o país, revogou-se um alvará de 1875 que proibia fábricas, indústrias e manufaturas na Colônia. Em 1809 outro alvará tratava das patentes como privilégio de exclusividade por quatorze anos. A Constituição de 1824 incluiu o princípio da “propriedade do inventor” e abordou a questão da remuneração em caso de “vulgarização do invento”. Em 1830, a primeira lei de patentes brasileira estabeleceu a exclusividade sobre o uso da descoberta por um período de cinco a vinte anos e sanções para casos de violação desse direito. Já a primeira legislação para a proteção de marcas, por meio do Decreto nº 2.682, data de 1875. Quando as leis do software e de direitos autorais foram aprovadas, outros direitos de propriedade intelectual já tinham sido atualizados, por meio da Lei nº 9279/96, que trata da propriedade industrial (marcas, patentes de invenções, modelos industriais, indicações geográficas e concorrência desleal), adaptando a legislação nacional às exigências do TRIPS relativas a esse tipo de propriedade. O desenvolvimento dos instrumentos jurídicos de proteção à propriedade industrial também foi frequentemente associado aos processos de industrialização e transformações econômicas e sociais deles derivadas (MARANHÃO, 1998).

A aceleração do processo informacional e o desenvolvimento da economia industrial passou a exigir, desde o Renascimento, a criação de uma nova categoria de direitos de propriedade. Tal se deu, essencialmente, a partir do momento em que a tecnologia passou a permitir a reprodução em série de produtos a serem comercializados: além da propriedade sobre o produto, a economia passou reconhecer direitos exclusivos sobre a idéia de produção, ou mais precisamente, sobre a idéia que permite a reprodução de um produto. (BARBOSA, 2002, p. 4)

O que vemos nessa breve narrativa sobre a história da constituição desses direitos é, em última análise, o desenvolvimento do sistema jurídico em função dos interesses e preocupações surgidos com o desenvolvimento dos modelos de produção, que configuram a engrenagem de um dado sistema econômico – no caso, o capitalismo – e são, eles mesmos, causa e efeito de inovações tecnológicas. Ou seja, as tecnologias desenvolvidas pelo próprio capital promoveram a aceleração das trocas, da movimentação, do fluxo informacional e do capital, constituindo novos modelos de produção e, enfim, levando ele mesmo a buscar, no direito, as formas de proteção desse direito, em forma de propriedade privada.

### **2.3.1 A propriedade intelectual na economia política da comunicação: o capitalismo informacional**

Dantas trouxe, para a economia política da comunicação e da cultura, o debate, geralmente circunscrito no âmbito do direito, sobre o papel desempenhado pelo monopólio de exploração das obras intelectuais na economia capitalista, e a tensão em torno da flexibilização, ou não, do regime de direitos autorais.

O autor discute a natureza do valor do conhecimento e as condições em que são apropriados, no contexto de uma economia baseada na propriedade privada.

Aparentemente, essa discussão nasce das facilidades que as novas tecnologias digitais oferecem para a cópia indiscriminada de livros, discos e filmes. E costuma a ser travada apenas no âmbito do Direito e das normas jurídicas. No entanto, o que se está a discutir é a própria natureza do valor de qualquer forma de conhecimento, seja científico, tecnológico ou artístico, logo as suas condições de apropriação, em uma economia enraizada no mercado e na propriedade privada. (DANTAS, 2008, p. 1-2)

Comparando um bife com um livro, Dantas explica as diferenças entre as características do valor contido na informação e daquele contido em produtos de natureza “entrópica” (DANTAS, 2008). Para que o valor de uso de um bife se efetive, é necessário que ele seja “destruído”. Ele contém energia (informação), transferida a quem o consome por meio de sua deglutição e digestão. Mas, uma vez gasta a energia recebida, será necessária outra unidade de comida para que o consumidor reponha as energias necessárias ao funcionamento do seu corpo. A esse processo de dissipação de energia por meio da destruição do bife se dá o nome de entropia. No caso de um livro, para que a informação nele contida seja transferida, e seu valor de uso se consuma, não é necessária a sua destruição. Ao contrário, seu valor de uso só existe na medida em que o produto permanece inteiro – e ela se amplia (ao contrário de se dissipar) quando consumida. A natureza da informação transmitida por um livro é, assim, o contrário de entrópica; ela é neguentrópica. Tanto o livro quanto o bife são suportes para a informação e contêm valor de uso, mas se distinguem no caráter de seus valores de uso (DANTAS, 2008).

Por meio das relações mercantis, historicamente a troca de bens e serviços que continham valores de uso implicavam o ganho de uma coisa em troca da perda de outra (seja outro bem com valor de uso ou dinheiro). Como o valor de uso neguentrópico da informação de um livro não se perde, ao contrário, multiplica-se, ela não conta, de início, com as

características que a transformariam em uma mercadoria, passível de troca. As diferenças observadas no consumo de um bife e de um livro encontram semelhanças em seus processos produtivos. Ambos os produtos precisam do conhecimento e experiência daqueles que os produzem; não obstante, enquanto, no caso do bife, o valor de uso da força de trabalho do seu criador será empregado na produção de cada unidade e destruído durante o consumo, sendo necessária a produção de uma nova unidade que terá seu próprio valor de uso, contido nela até sua destruição novamente. Já no caso do livro, uma vez concluído o trabalho de criação da obra, esta poderá ser reproduzida de forma ilimitada e seu valor de uso se mantém no original. Ele não apenas permanece intacto, mesmo que o suporte que carrega a sua reprodução se deteriore, como também pode ter seu valor de uso reproduzido ilimitadamente. Assim, ocorre a separação entre a obra original, na qual se objetiva o trabalho vivo, e suas cópias. Em outras palavras, quando o valor de uso é entrópico, o trabalho vivo objetiva-se nele e está contido em cada unidade. Quando neguentrópico, o trabalho vivo objetiva-se no original e as réplicas contêm o trabalho vivo de quem trabalhou na sua reprodução, mas não do trabalho vivo do criador da matriz (DANTAS, 2008). Para Dantas, em algum momento esse trabalho será entregue a uma organização capitalista, para que produza e distribua as cópias, de modo que chegue ao mercado e alcance o consumidor, ou poderá ser distribuída diretamente pela internet. Por fim, ao contrário do que comumente se afirma, sempre estará presente, no processo de distribuição, um suporte por meio do qual a obra circulará, mesmo que ele seja a memória física de um servidor, que redistribuirá pelas redes (igualmente físicas) uma cópia do produto original.

No caso de um valor de uso neguentrópico, o trabalho realmente útil – trabalho do cientista, trabalho do artista – não se objetiva nele; não está contido nas peças que o reproduz. Estas contêm diretamente apenas o trabalho combinado dos técnicos da editora e dos gráficos. O trabalho do escritor objetivou-se no seu “original”, no maço de papel onde registrou efetivamente o resultado de suas idéias. O escritor não conhece (ou não precisa conhecer) o processo editorial de produção do seu livro, e sua jornada se estende por semanas ou meses, até considerar concluída a peça única do produto do seu trabalho.

Diremos, para uniformizar a terminologia, que essa peça única chama-se matriz ou molde. Na produção de livros, discos musicais, filmes, haverá que se mobilizar todo um trabalho vivo para a produção de matrizes. Este trabalho pode ser mais individual, como o é a redação de um romance; será em grupo, no caso geral de música; poderá atingir uma escala verdadeiramente industrial, como acontece na produção cinematográfica, com dezenas de artistas e centenas de pessoas no apoio. Ao cabo, em algum momento, o trabalho vivo (do escritor individual ou da equipe cinematográfica) entregará a uma organização capitalista uma primeira imagem do

produto – os “originais do livro”, a “matriz do disco”, a “gravação do filme” – para ser industrialmente replicada. Este mesmo processo também se dá na indústria de software. O trabalho vivo costuma ser combinado e coletivo. O produto é uma primeira versão de código registrada em algum suporte, seja um CD ou a própria memória física de algum computador. Em seguida, para chegar ao mercado, esta versão terá que ser gravada em cópias de CD mas, graças à internet, em muitos casos, poderá ser diretamente replicada nas linhas da rede. (DANTAS, 2008, p. 5-6)

Dantas mostra, então, que o modo de produção que geralmente associamos ao universo da cultura não se restringe às criações artísticas, tendo se tornado hegemônico no capitalismo avançado.

A rigor, no capitalismo avançado (e isto desde os primórdios do século XX), todo o processo de produção industrial, seja de automóveis, roupas, pílulas de remédios ou outro produto material qualquer, isto é, todo o trabalho combinado de cientistas, engenheiros, técnicos, operários visa, essencialmente, projetar, desenhar, construir os moldes que, adjudicados às máquinas, comandarão os seus movimentos na fabricação do valor de uso desejado. É um trabalho similar ao do escritor individual, salvo pela necessidade óbvia de ser coletivo e envolver muita gente com diferentes graus de qualificação e competência. Mas seus subprodutos, etapa a etapa, são informacionais: textos, desenhos, maquetes, visualização e controle de instrumentos, observação do comportamento de máquinas etc. (DANTAS, 2001; DANTAS, 2007 apud DANTAS, 2008, p. 6).

A segunda revolução industrial (científico-técnica), na virada do século XIX para o século XX, marcou transformações profundas das condições do capitalismo, sob as quais vivemos ainda hoje. Essa revolução se deu no âmbito da forma de organização do conhecimento para a produção industrial, da maneira como o capital passou a apropriar-se da ciência e do conhecimento. Os processos produtivos deixaram de depender do saber detido por um operário e passaram a depender do conhecimento “técnico-científico”, controlado por trabalhadores como engenheiros e economistas, e não pelos mesmos que operavam as máquinas.

Aquelas grandes invenções revolucionaram os processos produtivos. Estes não dependiam mais do conhecimento para a produção detido por um coletivo operário situado junto às máquinas, mas de um conhecimento científico-técnico detido por um novo tipo de coletivo trabalhador assalariado, situado em um outro espaço fabril, distante das máquinas: trabalhador de “colarinho branco”, geralmente engenheiro, mas também economista, sociólogo, ou outros profissionais de formação universitária.

Esse trabalhador deriva diretamente daquele operário qualificado dos tempos de Marx (os primeiros engenheiros de produto e de produção eram operários com formação politécnica), mas insere-se, por completo, na lógica capitalista de acumulação, da qual retira, em seu favor, uma parte nada desprezível da mais-valia intensificada geral (DANTAS, 2001, apud DANTAS, 2003, p. 11-12).

O processo produtivo, então, se divide em dois espaços socialmente distintos. As atividades de concepção, de desenho, de projeto, se concentram em salas



apropriadas, ocupadas por trabalhadores com elevada formação técnica. As atividades de transformação material direta concentram-se no chão-de-fábrica, sendo maciçamente delegadas a *sistemas mecânicos* bastante sofisticados, no interior dos quais a matéria sofre as transformações que resultarão em i) produtos acabados, prontos para o consumo final (painéis de alumínio, baldes plásticos, medicamentos etc); ou ii) produtos semi-acabados que ainda demandarão uma fase de montagem para que deles se obtenha um produto final. É o exemplo, no caso mais conhecido, da indústria automobilística. Mas, também, no geral, é o que acontece na produção de quase todos os produtos eletro-eletrônicos de uso doméstico. (DANTAS, 2003, p. 12)

No capitalismo avançado, portanto, convivem os processos produtivos que resultam em valores de uso entrópicos e neguentrópicos, mas, em ambos os casos, o trabalho vivo mobilizado pelo capital produz materiais *sígnicos*, na forma de uma matriz, um molde, um “original”, que serão reproduzidos em larga escala. Assim, o trabalho artesanal, a produção de cada unidade individualmente, a objetivação direta do valor de uso do trabalho no valor de uso da mercadoria teria se tornado pouco relevante no conjunto da economia capitalista nos tempos atuais.

Há, pois, no capitalismo avançado, algo em comum nesses processos de produção que podem resultar nos valores de uso entrópicos ou neguentrópicos: o objeto imediato do trabalho vivo mobilizado pelo capital, num caso e noutro, são materiais *sígnicos*. O que o trabalhador faz, na indústria fabril ou na indústria cultural, é processar e comunicar informação. O que ele produz, social e coletivamente, é uma matriz, onde está condensada a informação processada e comunicada. Orientada por essa matriz, as máquinas, na indústria, farão as transformações materiais ou reproduzirão, aos milhares, o valor de uso desejado. Algumas dessas máquinas, nas nossas casas, fazem algo similar: um CD, em nosso toca-CD, é uma matriz cujo efetivo valor de uso, a música nele registrada, podemos replicar ao infinito; podemos também copiar em nosso gravador particular de CD; ou, ainda, deixar em depósito na memória de nosso computador para que seja copiado livremente, através da internet, por quem assim o queira. Hoje em dia, situações em que o valor de uso do trabalho se objetiva diretamente no valor de uso da mercadoria, através da relação imediata do corpo com a matéria em transformação, como era ainda dominante na época de Marx, são raras e secundárias. (DANTAS, 2008, p. 6)

Compreende-se, portanto, que esse modelo de produção não é uma particularidade do setor cultural, mas passou a vigorar inclusive na indústrias tidas como tradicionais. Neles, o valor de uso dos produtos reside no trabalho vivo concreto mobilizado pelo capital, e a remuneração, como veremos, não será baseada no trabalho abstrato, ou seja, no tempo social médio gasto pelo criador, mas no trabalho concreto.

Seja naquelas indústrias ainda, digamos, “tradicionais”, seja, sobretudo, nas novas fronteiras capitalistas de acumulação, nessas expansivas indústrias culturais, mediáticas, “criativas”, “informativas”, que nomes tenham, o capital mobiliza trabalho vivo concreto para gerar um produto cujo valor de uso reside nesse trabalho vivo mesmo, não no trabalho morto, trabalho passado. O livro, o CD ou a película

cinematográfica permitem reproduzir o desempenho do artista e são adquiridos tão somente porque transportam esse trabalho vivo até às mãos e olhos do seu usufrutuário. (DANTAS, 2008, p. 7)

É nesse sentido que a propriedade intelectual desempenhará um papel determinante na era do capitalismo informacional. Dantas mostra que, dado que um indivíduo ou organização, com ou sem fins lucrativos, detém a exclusividade de exploração comercial da “descrição original” ou “primeiro exemplar” (monopólio de exploração do direito patrimonial), é necessário ao capital, que realiza o “investimento adiantado”, reproduzir em escala os moldes e matrizes, de forma a obter os resultados que justificariam seus investimentos no mercado (DANTAS, 2008).

A propriedade intelectual atribui a um indivíduo ou empresa o monopólio de comercialização de idéias, conceitos, outros objetos semióticos, cuja descrição original, ou o primeiro exemplar está registrado num documento ou outra forma material que pode ser a carta de patente, um protótipo, um texto depositado na Biblioteca Nacional, uma fita matriz de áudio ou vídeo etc. É sobre o conteúdo, ou valor de uso, desta coisa material na qual está registrado o produto do trabalho concreto de artistas, de cientistas, de outros trabalhadores intelectuais, que se exerce o direito de propriedade. No entanto, para comunicar o resultado desse trabalho, o capital está obrigado a replicar os moldes ou matrizes onde o mesmo está registrado, sem o quê não realizaria o investimento adiantado. (DANTAS, 2008, p. 8)

Cabe observar que, ao ter atribuído a si o monopólio de exploração comercial da obra, o detentor do direito poderá não apenas cedê-lo a uma organização capitalista, como ocorre no referido modelo, como poderá ele próprio comercializá-la diretamente (desempenhando, ele mesmo, o papel da organização capitalista, ainda que seu capital, provavelmente, não seja financeiramente comparável ao de grandes empresas); ou mesmo autorizar o uso livre, abrindo mão da renda obtida diretamente pelo acesso à obra. Antes de abordarmos essas outras estratégias de circulação, no entanto, voltemos ao modelo hegemônico nas indústrias (culturais ou não), presente em muitos modelos de negócios: o de cessão de direitos, por meio do qual o criador entrega a um capitalista o molde, matriz ou original da obra, para fins de reprodução, distribuição e comercialização da obra, mediante um pagamento, na forma de um “investimento adiantado” (DANTAS, 2008) ou a através de um “acordo” (contrato) de pagamento por porcentagem do faturamento obtido com as vendas, de uma parte do capital realizado com a exploração comercial.

Uma particularidade relativa ao trabalho criativo diz respeito à sua remuneração. No lugar da venda de força de trabalho, é a renda decorrente da propriedade intelectual de um

bem que tem valor de uso para terceiros que remunera o criador. Dantas faz referência à análise de Marx sobre a renda de monopólio, no contexto da renda fundiária, derivada de um recurso natural do qual um dado ser humano tenha se apropriado e da permissão de acesso a esse recurso natural – seja ele terra, mata, mina ou outros – dada por seu proprietário. O preço desse acesso pode diferenciar em decorrência de uma série de fatores: localização, qualidade do solo, benfeitorias etc. Assim, Dantas busca, nas ideias de Marx, sobre renda diferencial, pistas para pensar o que chama de *rendas informacionais*, obtidas a partir do monopólio de exploração garantido pelos direitos de propriedade intelectual.

Ao contrário da renda obtida pela concessão de acesso a uma dada propriedade fundiária, que não contém, na concepção marxiana, valor em si, visto que não resulta de trabalho, a renda informacional é fruto do trabalho intelectual. Similarmente, no entanto, é o acesso à propriedade intelectual concedido a terceiros que garante a seu detentor uma renda – e, para isso, alienará seus direitos ou se associará a um capitalista. De acordo com Dantas:

Um inventor individual, não dispondo de dinheiro inicial para investir na sua invenção, poderá alienar seus direitos a um capitalista ou a ele se associar na exploração do seu monopólio. De um modo ou de outro, a invenção somente entra no circuito da acumulação a partir deste momento em que a renda informacional torna-se renda do capital. É ele quem vai “fertilizá-la”, assim como, com adubos, máquinas, sementes selecionadas e trabalho, fertiliza a terra arrendada. Para reter e, se possível, ampliar suas rendas informacionais, cada unidade de capital se entregará a um conjunto de estratégias que, em última análise, visam assegurar e expandir o monopólio sobre o conhecimento que deu origem a essas rendas. Essas estratégias incluem desde o investimento em bem montados laboratórios de pesquisa e contratação de trabalhadores qualificados, até o esforço consciente para impedir, por meios jurídicos, ou outros menos elegantes, que potenciais concorrentes possam afirmar direitos de propriedade sobre conhecimentos similares. (DANTAS, 2008, p. 9)

Dantas realiza então um paralelo entre os fatores diferenciais da renda advinda dos recursos naturais e da renda informacional. No primeiro caso, um dos fatores determinantes é a localização da terra, que incide fortemente no tempo de rotação do capital. No segundo, a informação redundante (aquela que a torna familiar, de fácil entendimento) acelerará o tempo de circulação do capital. Para tanto, seria necessário reduzir as barreiras de acesso, ampliar a “redundância inicial”, reduzindo o grau de incerteza do processo de realização do capital, o que se daria, entre outras coisas, por meio do prazo de monopólio de exploração de uma dada criação.

Como o valor da informação reside na ação que ela proporciona, em função do

tempo (Dantas, 1999; Dantas, 2001; Dantas, 2006), a taxa de redundância inicial (conhecimento acumulado, prévio) determina o grau de incerteza do processo, inclusive incerteza quanto ao tempo. Por isto, quando uma unidade de capital impõe um custo de acesso a algum documento, registro ou matriz “original” onde a redundância se encontra objetivada para efeito de comunicação, ela logra prolongar (nem que seja por 17 anos – o tempo legal da patente) o tempo de trabalho, logo o custo entrópico, de outra unidade de capital concorrente. (DANTAS, 2008, p. 10)

O período de exploração comercial do trabalho informacional, ou seja, a reprodução, em qualquer suporte, da matriz, protótipo, maquete ou obra original, o “trabalho redundante” é que permitirá “diferenças nas rendas de monopólio extraídas da informação” (DANTAS, 2008, p. 11). Dantas realiza uma importante distinção entre os produtos com valores de uso de natureza entrópica e aquele que apenas servem a reproduzir um valor de uso de natureza neguentrópica. As máquinas e equipamentos (computador, toca discos, aparelhos de reprodução de música etc.) que nos permitem desfrutar de conteúdos intelectuais, artísticos, em suma, a reprodução de um produto com valor de uso neguentrópico possuem valor de uso enquanto permanecem conservados – e terão sua vida útil mais, ou menos, prolongada. Já o valor dos suportes, as mídias físicas cujo valor de uso está diretamente associado ao produto de valor de uso neguentrópico que transportam não mantêm relação direta com o trabalho morto objetivado nele. Nesse último caso, seu valor de uso seria determinado pela velocidade de acesso e pelas possibilidades de reprodução que eles oferecem.

Há que se distinguir os materiais cujo valor de uso sejam entrópicos daqueles cuja utilidade seja apenas a de servir de suporte para conhecimento registrado: a distinção feita no início deste texto entre a fatia de bife e o livro. No caso de máquinas, equipamentos, utensílios materiais vários, inclusive o toca-CD ou o iPod que nos permitirão ouvir a música de nossa preferência, o valor de uso está condicionado pela própria entropia: eles se conservam valor enquanto os materiais que os constituem se mantêm em bom estado, não se desgastam ou se dissolvem pela ação do tempo ou pelo próprio uso. Quem os projeta e fabrica já prevê que deverão ter um certo tempo de “vida útil”. No caso do CD, do livro, do DVD, da imagem na TV ou na tela do cinema, o seu valor de uso é “puramente” informacional: consiste na ação (instrumental ou emocional, não importa) que proporcionará a um agente (“consumidor”), a ação efetuada pelo artista, ou cientista, ou professor etc., registrada e replicada em algum daqueles suportes. Este valor de uso, já vimos, não guarda relação com o custo de tempo e material do trabalho morto objetivado no suporte. Lá, o valor de uso é condicionado tanto pelo tempo de trabalho na sua produção e circulação, quanto pelo tempo possível de uso ou consumo: um prédio pode durar um século; um automóvel, quase 10 anos; uma camisa, seis meses; uma fatia de bife, menos de um dia. Aqui, o valor de uso é determinado pelo mínimo tempo de acesso e infinita potencialidade de replicação: se possível, via internet, uma peça musical não levará mais que alguns segundos para ser baixada e, assim, começar a ser replicada milhares de vezes no computador ou no iPod de seu ouvinte. O tempo de trabalho do artista não é considerado, coerentemente com a teoria marxiana do valor de troca. (DANTAS, 2008, p. 11-12)

Dantas levanta então contradições do capitalismo informacional, visto que as rendas diferenciais resultariam da “própria *natureza* da informação que vai entrar em contradição direta com a 'natureza' do capital” (DANTAS, 2008, p. 12), descrevendo quatro situações de como isso se dá.

A primeira se caracterizaria por elevados tempo e custo do trabalho redundante, configurando um cenário de grande concentração econômica do mercado e pouca concorrência, em que “uma ou poucas unidades de capital se apoderam da renda informacional, acrescentado-lhe, via preços de monopólio, o maior diferencial possível porque a produção do valor de uso exigirá elevados investimentos” (DANTAS, 2008, p. 12). Nesse cenário, as barreiras de entrada no mercado tornam-se altas, devido aos custos dos investimentos e “a renda informacional confirma-se como renda de monopólio” (DANTAS, 2008, p. 12).

Na segunda situação, o tempo e custo do trabalho redundante são muito baixos, mas, como no primeiro cenário, poucas empresas se apropriam da renda informacional e também podem lhe conferir o maior diferencial possível, se houver um Estado com forte aparelho fiscal e repressor capaz de aplicar as sanções sobre competidores e consumidores, exercendo o controle da propriedade privada (no caso, intelectual). Trata-se do caso das indústrias de moda, grife em geral, cujas marcas (e portanto o signo), quando atribuídas a objetos “falsificados”, são capazes de elevar o preço de um produto, ou mesmo do licenciamento de softwares (DANTAS, 2008). O monopólio se efetiva, assim, “prioritariamente sobre segmentos intermediários e usuários da indústria e do comércio que não podem se furtar à *repressão do Estado a serviço do capital.*” (DANTAS, 2008, p. 12-13).

Em uma terceira situação, o tempo e o custo do trabalho redundante são mínimos, mas o Estado não conta com mecanismos eficazes de repressão e garantia dos direitos de propriedade dos monopolistas, o que permite o apoderamento “das diferenças para baixo das rendas informacionais, anulando o monopólio.” (DANTAS, 2008, p. 13). Uma vez disponível o acesso à matriz, pequenos investidores farão réplicas a um custo baixo (possibilitadas pelo barateamento das tecnologias de cópia) e as venderão a preços “marginais” (o conceito neoclássico), para obterem renda a partir do trabalho vivo da obra original. É o caso dos “piratas”, a quem Dantas atribui “racionalidade” na perspectiva econômica, apesar de

ressalvas morais.

Quase sempre, nas condições da sociedade capitalista, esses investidores desconhecem, conscientemente, os direitos jurídicos da unidade de capital monopolista que, buscando isolá-los política e ideologicamente, vai alcunhá-los “piratas”. É claro que não podemos ignorar aqui outros aspectos de natureza social e ética envolvidos, sobretudo porque a “ilegalidade” acaba associando esses investimentos a outras práticas sociais, aí sim, ilegais, imorais e criminosas. Mas, em termos estritamente capitalistas, os “piratas” agem com uma racionalidade que mereceria as bênçãos de Adam Smith... O poder de barganha do detentor do monopólio vê-se erodido. (DANTAS, 2008, p. 13)

Por fim, a quarta situação apresenta, também, tempo e trabalho redundantes tendendo a zero e nela, como na terceira, o Estado não “dispõe de meios eficazes para sustentar as reivindicações do detentor monopolista dos direitos intelectuais” (DANTAS, 2008, p. 13). Mas, nesse caso, o conhecimento ou informação protegidos pelos direitos de propriedade intelectual são apropriados por pessoas que não têm por objetivo a extração de renda – e fazem-no apenas com propósitos experimentais e “vivenciais”. Com a anulação “do espaço por meio do tempo” e as facilidades possibilitadas pelas tecnologias da informação e da comunicação digitais, de replicação do conhecimento e da informação, os consumidores passaram a se apoderar “integralmente da renda informacional”, provocando a anulação do preço diferencial (DANTAS, 2008, p. 13).

É a situação limite que começou a crescer depois da expansão da internet e da multiplicação descontrolada de equipamentos digitais domésticos de replicação de conteúdos (gravadores digitais de CD, DVD ou similares). O capital – esta ‘contradição em processo’ (Marx) – desenvolveu a tal ponto os meios capazes de ‘anular o espaço por meio do tempo’ que eliminou os custos (verdadeiros ou ‘falsos’) da circulação. Por meio dessas tecnologias, a livre replicação de qualquer conhecimento, uma vez divulgada a primeira matriz, atropela as imposições jurídicas e estatais que dão origem à renda informacional, reduzindo esta a zero. Neste caso, os agentes sociais usufruirão plenamente do valor da redundância (buscas resolvidas), logo desfrutarão do valor total da informação que, assim socializada, deixa de ter preço. Os ‘consumidores’ anulam em larga medida o poder de barganha do detentor do monopólio. (DANTAS, 2008, p. 13-14)

Em qualquer uma dessas quatro situações, conclui Dantas, “o trabalho vivo informacional, que removeu incertezas e obteve a peça original que resulta da matriz, permaneceu constante” (DANTAS, 2008, p. 14). E aponta a remuneração por esse tipo de trabalho como um desafio sobre o qual se deve aprofundar, diante das diferentes formas apropriações da renda informacional e conseqüente “corrosão” da renda do capital. A renda auferida não guarda relação com o custo de subsistência e resulta do excedente gerado pelo aumento de réplicas do trabalho vivo produzidas em um dado tempo, ou, em suas palavras, “é

deduzida diretamente da mais-valia intensificada”.

A unidade de capital, ao afirmar o seu monopólio sobre o conhecimento gerado por esse trabalho, dele extrai as rendas informacionais que, uma vez açambarcadas, remunerarão, ainda que (muito) desigualmente, as várias instâncias de força de trabalho envolvidas no processo, bem como os demais custos do capital constante e financeiro. Na medida em que avance o processo de anulação dos fatores de diferenciação, mais se colocará o problema da remuneração (legítima) do trabalho aí envolvido. (DANTAS, 2008, p. 14)

As quatro situações descritas por Dantas são interessantes por diversos motivos. O primeiro deles diz respeito ao que apresentamos, no início desta seção, sobre a confluência de fatores econômicos, inovação e do papel desempenhado pelo Estado de garantir o respeito à propriedade privada e de assegurar as condições para o funcionamento do capitalismo, que resultaria em um regime jurídico que responde aos cenários desenvolvidos por essa combinação de elementos, que estão em constante transformação.

O segundo reside nas nuances que lança sobre as estratégias de apropriação dos trabalhos informacionais. Neste sentido, enumera as estratégias de negócios baseadas nas práticas de colaboração e licenciamento livre (como é o caso de desenvolvimento de softwares livres), no acesso aberto (em que a remuneração dos artistas ou autores, para dar apenas dois exemplos, portanto, não resulta da exploração do monopólio) e na remuneração advinda diretamente do trabalho vivo, por meio de apresentações ao vivo. Reconhece, assim, a existência de um número crescente de trabalhadores intelectuais que não sentem necessidade de “alienar o trabalho a alguma grande unidade de capital, como condição necessária à obtenção dos seus próprios meios materiais e espirituais de vida e existência” (DANTAS, 2008, p. 15).

O terceiro motivo se deve ao fato de Dantas evidenciar as contradições do capitalismo informacional, que, ao mesmo tempo em que expande as condições de apropriação das rendas informacionais, cria as condições de apropriação por grupos não capitalistas (contra os quais inicia certas cruzadas), gerando tensões e disputas em relação ao uso do aparelho estatal para fins de proteção dos direitos de propriedade intelectual ou para a promoção de direitos (como o de acesso à cultura, ao conhecimento e à educação, o de liberdade de expressão, entre outros). Tanto as indústrias detentoras de direitos de propriedade intelectual como os movimentos defensores da “cultura e conhecimento livres” exercem pressão sobre o Estado para que ele atue em direções distintas. Essas disputas, no entanto,

evidentemente refletem o poder, as condições e o capital de que dispõe cada um desses grupos.

Para nós [...] importante é discutir como o capitalismo, cada vez mais, por sua própria evolução contraditória, tende a negar os fundamentos da mercadoria, logo os seus próprios fundamentos. Por isto, vem se empenhando em expandir as condições, inclusive políticas e ideológicas, para a apropriação de rendas informacionais. É a conquista desse poder que se encontra no cerne das atuais discussões sobre propriedade intelectual. Os caminhos que venham a ser tomados na resolução desse problema não se limitarão a regulamentar as relações entre empresas ou entre empresas e trabalhadores (científicos, artísticos, técnicos etc.), mas virão a moldar decisivamente a própria evolução da sociedade ao longo deste século que se inicia. (DANTAS, 2008, p. 15)

Esses três motivos que destacam a colaboração de Dantas nos levam a outras duas discussões, que faremos a seguir: a primeira diz respeito à constituição dos *commons*. A segunda, que levantaremos no capítulo 3, diz respeito à maneira como o Ministério da Cultura atuou entre 2003 e 2012, na construção de políticas para as chamadas economia da cultura e economia criativa, e na busca de um equilíbrio entre os interesses dos detentores dos direitos de propriedade intelectual e os da sociedade em geral, expressos em outros direitos fundamentais como acesso à cultura e ao conhecimento, e à livre expressão da cultura em toda a sua diversidade.

Trazer para a economia política da comunicação e da cultura a discussão sobre como se manifestam as contradições do capitalismo e as possibilidades de luta contra seus fundamentos, utilizando as ferramentas dele próprio, é tarefa que não se esgotará tão cedo. No entanto, é certo que o debate teórico e as experiências concretas, as práxis<sup>13</sup>, se fazem também por meio das redes, das mesmas redes por meio das quais o capital se expande e multiplica.

A emergência das tecnologias digitais prometendo dar a boa parte da sociedade meios para produzir os seus próprios conteúdos [...] pode estar criando uma situação na qual esses produtores reais, beneficiando-se da potencial anulação das rendas informacionais num ambiente de livre acesso à informação, pactuariam entre si os mútuos benefícios, inclusive monetários, do trabalho informacional social e combinado que efetuam. Dariam assim os primeiros passos para virem a se constituir naquela sociedade de livres produtores livremente associados proposta num conhecido manifesto político do século XIX...

Para Marx, em sua época, os 'fermentos' revolucionários pareciam se encontrar na escolas politécnicas frequentadas pelos filhos dos trabalhadores, conforme a páginas tantas do famoso Capítulo 13 d'*O Capital*. Hoje, talvez estejam, com mais razão ainda, no Bit Torrent". (DANTAS, 2008, p. 16)

---

13 Entendida, aqui, como a “ação objetiva que, superando e concretizando a crítica social meramente teórica, permite ao ser humano construir a si mesmo e o seu mundo, de forma livre e autônoma, nos âmbitos cultural, político e econômico” (uma das acepções apresentadas no Grande dicionário Houaiss da língua portuguesa).



### 2.3.2 Os Commons

Nesta seção, abordaremos a análise que Ostrom e Hess fazem dos recursos de acesso compartilhado (*common pool resources*) a partir dos estudos sobre os *commons*, apontando, em algumas passagens, paralelos entre suas análises e aquelas realizadas por autores da economia política da comunicação e da cultura. Os estudos de Ostrom e Hess debruçam-se sobre a natureza do conhecimento (entendido como toda a forma de assimilação da informação), tido como um tipo de *commons*, sobre os princípios que orientam sua governança e sua gestão, e sobre as consequências de sua captura por interesses privados. Interessa-nos particularmente compreender alguns dos princípios e paradigmas que sustentam o compartilhamento da produção, coletiva ou individual, de bens culturais, conhecimento, trabalhos científicos, informação em geral, prática intensificada após o desenvolvimento e popularização da internet.

O conceito de *commons* é histórico e não cabe, aqui, nos aprofundarmos em todo o seu desenvolvimento.<sup>14</sup> No entanto, algumas observações sobre suas primeiras formas de existência nos ajudam a compreender referências evocadas nas acepções contemporâneas. Há disputas em torno da origem desse conceito: alguns argumentam que remontaria à Inglaterra feudal e outros sustentam que é possível encontrar presença de *commons*, como elemento da regulação de propriedade, nos antigos sistemas jurídicos germânicos e romanos (BUTLER, 1982). O direito romano separava os tipos de propriedade nos ramos público (*jus publicum*) e privado (*jus privatum*), o último subdividido por um sistema complexo de classificação, que definia os bens como tangíveis (*tangi possum*) ou intangíveis (*tangi non possum*) que, por sua vez, poderiam pertencer à esfera comercial (*in commercio*) ou não (*extra commercium*). As propriedades intangíveis fora da esfera comercial eram então classificadas como *Res divine* (coisas sob o controle dos deuses), *Res publicae* (objetos destinados ao uso público ou sob controle do Estado), *Res omnium communes* (coisas que legalmente não se constituíam como propriedade, porque não podiam ser dominadas ou controladas), *Res nuliuns* (coisas que, embora pudessem ser apossadas, não tinham donos) (BUTLER, 1982). Apesar disso, o desenvolvimento desse conceito na era moderna guarda relação com as “*common lands*”, na

14 Harmut Zückert, historiador alemão, discorre sobre essa questão em *The commons – a historical concept of property rights*, publicado na obra, organizada por David Bollier e Silke Helfrich, intitulada *The Wealth of the Commons: a world beyond market & State*. Amherst and Florence, Massachusetts: Levellers Press, 2012. Disponível em: <[http://wealthofthecommons.org/essay/commons-%E2%80%93-historical-concept-property-rights#footnote1\\_5k81s3l](http://wealthofthecommons.org/essay/commons-%E2%80%93-historical-concept-property-rights#footnote1_5k81s3l)>.

Inglaterra medieval, que consistiam em terras de grande extensão (caracterizadas principalmente por conterem pastos e bosques e pelo exercício de atividade pecuária), que eram legalmente estatais, mas tinham sua propriedade compartilhada com senhores feudais, que, por sua vez, davam, a camponeses, o direito de utilizá-las e ocupá-las. No entanto, apesar desses direitos de ocupação e utilização (direitos de acesso), não podiam aliená-las. O *enclosure* (“cercamento”) dos *commons* teve início no século XVI e provocou a expulsão de camponeses das terras “comunitárias”<sup>15</sup>, como parte do processo da Revolução Agrícola Inglesa, que criaria as condições para a Revolução Industrial (ZÜCKERT, 2012). No século XVII, o jurista e juiz da Corte, Matthew Hale, dividiu o direito daquela nação em *jus publicum*, que englobava os direitos de interesse público, *jus privatum*, que regulava os interesses privados e de propriedade, e *jus regium*, relacionado ao poder da Coroa britânica, sua soberania e às forças policiais. No entanto, diferentemente do direito romano, a regulação dos *commons* teria sido inserida no contexto do *jus publicum* (BUTLER, 1982). O primeiro instrumento de regulação dos *commons* na Grã-Bretanha, data de 1845; denominado *Inclosure Act*, instituiu 10 *commons* na Inglaterra e no País de Gales e uma série de reedições posteriores desse ato. Rebatizados de *Commons Act*, ampliaram o número de registros desse tipo de propriedade. Há, atualmente, no Reino Unido, mais de sete mil *common lands* registradas<sup>16</sup>.

Seja qual for a origem mais precisa desse conceito, Butler aponta que ele se desenvolveu historicamente a partir de uma necessidade econômica da Inglaterra: com sua escassa população, só seria possível fazer uso produtivo de seus recursos por meio do uso coletivo de suas terras e da água.

Com o passar das décadas (ou séculos), ele foi sendo adotado para designar recursos acessíveis a um conjunto de pessoas (inclusive compreendendo, em alguns casos, toda a população humana). Desde a década de 1970, o conceito passou a ser empregado no campo jurídico para designar o direito de uma ou mais pessoas utilizar recursos naturais produzidos em propriedades de outrem (BUTLER, 1982). Nos Estados Unidos, nas décadas de 1970 e

---

15 A palavra “*commons*” muitas vezes é mantida em inglês, por falta de correspondente exato para o conceito. Teóricos marxistas como o filósofo italiano Antonio Negri e acadêmicos residentes no Brasil, como Fábio Malini e Giuseppe Cocco, utilizam o conceito de “comum”. Aqui, será utilizado “*commons*” quando na qualidade de substantivo e “comunitários” (entre aspas), quando empregado na qualidade de adjetivo.

16 UK Government (Governo do Reino Unido). Common land: management, protection and registering to use. Disponível em: <<https://www.gov.uk/common-land-management-protection-and-registering-to-use>>

1980, o conceito foi bastante adotado pelo movimento ambientalista, que precisava lidar com o desafio da gestão, uso e sustentabilidade de recursos compartilhados (“*commons-resources*”) de outros recursos naturais além de terras, como água, oceanos, praias, florestas, selvas abertas, a atmosfera, entre outros. (OSTROM; HESS, 2007)

Os *commons* podem ser de propriedade coletiva, pública ou mesmo individual; servir a um pequeno grupo, a comunidades ou mesmo à população como um todo, internacionalmente; e podem ser bem delimitados, nada delimitados ou ter delimitações pouco claras (OSTROM; HESS, 2007).

Como vimos anteriormente, Dantas também fez um paralelo entre a propriedade de recursos naturais e a de bens intelectuais, ao resgatar a análise de Marx sobre a renda fundiária. Nessa ocasião, Dantas salientou, no entanto, haver diferenças entre elas: enquanto a propriedade de recursos naturais seria decorrente de uma apropriação de um bem existente na natureza, sobre o qual se pode trabalhar, mas ele próprio não resulta de trabalho, obras artísticas e intelectuais, ao contrário, seriam produtos de trabalho vivo.

Relativamente recentes, os estudos sobre os *commons*, relacionando essa forma de organização da propriedade e o mundo digital, teriam crescido de forma constante e significativa desde a década de 1990. Com o desenvolvimento da internet (especialmente a partir de 1995), acadêmicos, como dizem Ostrom e Hess, passaram a empregar o conceito de *commons* nos campos da produção intelectual, do conhecimento, da informação.

Antes de 1995, poucos pensadores viam relação [entre as diversas formas de informação e de *commons*]. Foi mais ou menos nessa época que começamos a ver um novo uso do conceito de '*commons*'. Parece ter havido uma explosão espontânea de momentos de 'ah', quando múltiplos usuários da internet, certo dia, acordaram, provavelmente frustrados e disseram: 'Ei! Este é um recurso compartilhado!' As pessoas começaram a noticiar comportamentos e situações na *web* – congestionamento (sobrecarga no sistema), parasitismo, conflito, desperdício, 'poluição' – que, por muito tempo, tinham sido identificados com outros tipos de *commons*. Começaram a perceber que esse novo canal de distribuição das informações não era um recurso estritamente público nem privado.

Um número cada vez maior de acadêmicos descobriu que o conceito de '*commons*' poderia ajudá-los a conceber novos dilemas que observavam com o aumento de informações digitais distribuídas. (OSTROM; HESS, 2007<sup>17</sup>)

Ostrom e Hess comentam inclusive que o termo foi tomado por certo “modismo”, tornando-se uma espécie de *commodity*, sendo utilizado ao lado de palavras como digital, eletrônico, virtual, intelectual, comunicação, informação e tecnológico – mas todas essas

---

17 A versão em livro eletrônico da obra não informa os números das páginas, tornando impossível precisá-los.

expressões apontam para um território compartilhado de informação distribuída globalmente.

Para Ostrom e Hess, a unidade entre os *commons* referentes ao conhecimento e outros *commons* residiria na sua utilização e gestão conjunta, por grupos de diferentes dimensões e interesses. “Os *commons* autogeridos requerem ação coletiva e mecanismos de autogovernança, bem como um alto grau de capital social por parte dos atores envolvidos” (OSTROM; HESS, 2007). Por capital social, entende-se “o valor agregado das redes sociais (por exemplo, quem as pessoas conhecem) e a propensão, nessas redes, para que as pessoas realizem coisas umas para as outras (por exemplo, normas de reciprocidade)” (OSTROM; HESS, 2007). Além disso, as análises sobre os *commons* abordariam, todas elas, questões relacionadas à equidade, eficiência<sup>18</sup> e sustentabilidade.

De acordo com as autoras, os problemas enfrentados no uso, governança e sustentabilidade dos recursos naturais (a competição pelo uso, o parasitismo e seu uso ou extração excessivos) poderiam contribuir para reflexões em torno dos dilemas e conflitos enfrentados no campo da produção e distribuição da informação e do conhecimento.

Não obstante os aspectos que os unificam, Ostrom e Hess apontam, por outro lado, importantes distinções entre esses dois tipos de *commons*. A primeira residiria na característica “subtrativa”, nas palavras de Ostrom e Hess, (que elas diferenciam de “propriedades comunitárias”, como veremos adiante), na esfera dos recursos naturais. O conhecimento, ao contrário, não é subtraído quando compartilhado (OSTROM; HESS, 2007), ou seja, é um bem “não-rival” (BENKLER, 2006). Enquanto os recursos naturais são esgotáveis, os recursos informacionais não o são. Ao contrário, eles se multiplicam e, quanto mais alcance e audiência têm, maior o seu valor. Tal constatação equivale, em certa medida, à análise de Dantas (2008), sobre a natureza negentrópica da informação e o fato de seu valor de uso não se efetivar por meio de sua destruição, mas, sim, por sua conservação.

O valor de uma rede telefônica, da literatura científica ou de um programa de código aberto, na realidade, *umenta* de acordo com o aumento do número de pessoas que passam a participar da empreitada – um fenômeno a que os economistas se referem como os efeitos da rede.

À medida que a internet e várias tecnologias digitais tornaram-se mais presentes na vida americana, permitindo novas formas de comunicação e colaboração robustas, tornou-se ainda maior e mais disseminado o fenômeno da abundância dos *commons* (OSTROM; HESS, 2007)

---

18 Conceito geralmente empregado na microeconomia pela teoria econômica clássica e neoclássica, eficiência é uma questão frequentemente abordada pelos estudos da economia política institucionalista.

Embora o conceito histórico do *commons* seja relacionado a direitos de propriedade (ZÜCKERT, 2012), Ostrom e Hess utilizam o conceito de recursos de acesso compartilhado, a partir da elaboração de Ostrom sobre a teoria de “tragédia do *commons*”, desenvolvida por Garrett Hardin (1968), segundo a qual os *commons* estariam condenados à ruína e sujeitos à inevitável destruição, visto que, uma vez abertos a um conjunto de pessoas que buscariam, de forma ilimitada (e economicamente racional), aumentar seus ganhos, haveria abuso de consumo de recursos escassos (ZÜCKERT, 2012; MIZUKAMI, 2007). Ostrom tende a concordar com Hardin no que diz respeito aos recursos abertos a todos, ameaçados de apropriação indevida e consumo abusivo por um grupo de pessoas, mas diz que uma outra categoria de recursos, aqueles de acesso compartilhado, não estaria sujeita à tragédia anunciada por Hardin. Na crítica que Ostrom faz à teoria de Hardin, aponta também o fato de ele oferecer apenas duas possíveis soluções para superar a suposta “tragédia” dos *commons*: a privatização ou a intervenção governamental. Hardin sugere que rígidos regimes regulatórios de propriedade protegeriam os recursos de destruição.

Pesquisas empíricas realizadas com base em experiências, consideradas exitosas, de governança de recursos de acesso compartilhado resultaram em uma série de princípios, comuns àquelas iniciativas, elencados pelas autoras. São eles:

- Delimitações deveriam ser claramente definidas.
- Regras são adequadas às necessidades e condições locais.
- Os indivíduos afetados pelas normas geralmente podem participar dos processos de alteração das regras.
- O direito, de membros da comunidade, de criarem suas próprias regras, deve ser respeitado por autoridades externas.
- Há um sistema de automonitoramento dos comportamentos dos membros estabelecido.
- Existe um sistema gradual de sanções.
- Os membros da comunidade têm acesso a mecanismos de resolução de conflitos de baixo custo.
- As iniciativas incubadas – isto é, apropriação, provisão, monitoramento e sanção, resolução de conflitos e outras atividades de governança – são organizadas em uma estrutura com múltiplas camadas de atividades. (OSTROM; HESS, 2007)

Todos esses elementos estavam presentes em experiências consideradas robustas e sustentáveis, e ausentes naquelas que haviam falhado no compartilhamento dos recursos, ou nas condições de equidade, sustentabilidade ou “eficiência”.

A concepção de conhecimento empregada na obra de Ostrom e Hess faz referência a todas as ideias, informacionais e dados chamados por elas de intangíveis, acessíveis em qualquer formato. Conhecimento, assim, seria “toda forma de entendimento obtido por meio de estudos ou experiência, seja indígena, científico, acadêmico, não acadêmico. Também inclui obras criativas, como música e as artes visuais e cênicas”. Nesse sentido, dados seriam a informação bruta em “bits”, a informação resultaria dos dados organizados colocados em contexto e o conhecimento envolveria a assimilação da informação (OSTROM; HESS, 2007).

As autoras reconhecem, no conhecimento, uma “dupla função”: o conhecimento enquanto “*commodity*” e enquanto “força constitutiva da sociedade” (REICHMAN; FRANKLIN, 1999 apud OSTROM; HESS, 2007). O conhecimento e a informação se constituiriam como “necessidade humana”, de um lado, e um bem econômico, de outro. Para as autoras, essa dupla função revelaria a “natureza complexa” desses recursos.

Como observamos na análise realizada por meio das categorias marxianas, seria justamente a “necessidade humana” de conhecimento e informação que atribuiria a eles seus valores de uso. Sob essa lógica, não haveria contradição entre uma coisa e outra. No entanto, pode-se ressaltar a complexidade na determinação do valor desse recurso, como vimos em nossa revisão bibliográfica da obra de Bolaño e outros autores da economia política da comunicação e da cultura na primeira seção deste capítulo.

Segundo Ostrom e Hess, compreender a natureza do conhecimento e em que medida ele é uma forma de *commons* pode facilitar as medidas de garantia de acesso a ele. Por isso, discutem as classificações feitas sobre bens públicos e privados na literatura econômica. Na teoria econômica clássica, o conhecimento é frequentemente tratado como um bem público. Samuelson (1954, 387-389 apud OSTROM; HESS, 2007) teria utilizado como critério para classificação dos bens, como públicos ou privados, o conceito de exclusão, sendo privados aqueles bens dos quais é possível privar um indivíduo. Ele argumentaria que o custo desse tipo de exclusão seria muito alto, levando à impossibilidade de se efetivamente promovê-la. Ostrom acrescenta uma outra dimensão a ser considerada, por meio do conceito de “subtratividade” (em Dantas, entropia), como um fator determinante nas definições de sua natureza. O conceito é utilizado para diferenciar a informação e o conhecimento como o conteúdo de um livro, por exemplo, que não se apresenta “subtraível”, de um livro impresso,

que, este sim, poderia ser considerado um bem privado (OSTROM; HESS, 2007).

Mesmo antes do desenvolvimento das tecnologias digitais da informação, a introdução de inovações tecnológicas teriam permitido, no âmbito dos recursos naturais, a sua captura e apropriação.

A introdução de novas tecnologias pode desempenhar um imenso papel na robustez ou na vulnerabilidade de um *commons*. Novas tecnologias podem permitir a captura de bens que um dia foram livres, abertos a todos e públicos. Este foi o caso do desenvolvimento da maioria dos '*global commons*', como o oceano, a atmosfera, o espectro eletromagnético, o espaço, por exemplo. Essa habilidade de se capturar o antes incapturável produz uma mudança fundamental na natureza do recurso, com ele sendo convertido, de um bem público não rival e não excludente para um recurso de acesso compartilhado que precisa ser gerido, monitorado e protegido, para se garantir sua sustentabilidade e preservação. (OSTROM; HESS, 2007)

Assim, para Ostrom e Hess, a análise de qualquer modalidade de *commons* deve observar as normas, as decisões e os comportamentos das pessoas, quando estas atuam coletivamente. Para isso, resgatam os estudos de Olson, que, ao abordarem os incentivos para ações coletivas e os problemas relacionados ao “parasitismo”<sup>19</sup>, apontam que a ação conjunta e voluntária de pessoas trabalhando em grupos para se atingir um objetivo comum é ingrediente fundamental para entender como funcionam os *commons*. Recorrem, também, ao “dilema do prisioneiro”, desenvolvido no âmbito da teoria dos jogos pelo matemático Tucker, na década de 1950, para ilustrar o problema denominado “soma diferente de zero”. A ideia de que é necessário um participante perder para que outro ganhe está presente em boa parte dos jogos (e também nas relações mercantis). Esse é o caso do pôquer, do xadrez, do buraco, entre tantos outros, considerados jogos de soma zero. Há jogos, no entanto, em que a cooperação levaria todos a “ganharem”, caso em que a soma é diferente de zero. Assim, o dilema dos prisioneiros apresenta uma situação em que dois suspeitos, presos pela polícia, são separados e recebem incentivos para denunciar o outro. Se um fala e outro permanece em silêncio, o primeiro ganha a liberdade, enquanto o segundo seria detido por dez anos. Se ambos falam, cada um permanece preso por cinco anos. Se ambos silenciam, a polícia só poderia detê-los por seis meses. Assim, o melhor resultado, para os dois, seria a cooperação e cumplicidade entre eles (uma soma não zero). O que determinaria o comportamento dos prisioneiros, fundamentalmente, seria a cooperação baseada na confiança que cada um teria de que o outro

---

19 “Parasitismo”, aqui, é termo utilizado para a tradução da expressão anglófona “*free riding*”, de difícil equivalência na língua portuguesa, mas referente à ideia de um indivíduo “beneficiar-se dos *commons* sem contribuir para sua manutenção” (OSTROM; HESS, 2007).

permaneceria, igualmente, em silêncio.

Essas análises em torno de princípios que regem a organização de diversos *commons* e de comportamentos que contribuem para sua construção, ilustram certas conformações possíveis, coletivas e colaborativas, de produção de recursos compartilhados.

Em um contexto de grande popularização do uso da internet, as facilidades criadas pelas redes de comunicação digital propiciaram o fortalecimento e a maior visibilidade das ações coletivas (em rede). No Brasil, muitas dessas iniciativas foram mapeadas e incentivadas pelo programa do Ministério da Cultura, denominado Cultura Viva, que instituiu pontos de cultura em todo o Brasil.

No entanto, quando organizados de forma a requerer-se intensa dedicação (ao contrário de iniciativas que contam apenas com trabalho voluntário de um número grande de pessoas, em dedicação não exclusiva), os problemas de sustentabilidade (financeira e institucional) e remuneração pelo trabalho se impõem. Nesse sentido, essas ações coletivas de trabalho intenso tornam-se bastante dependentes do Estado e/ou do capital para manter suas atividades por períodos maiores.

Se o Estado não inclui entre suas prioridades garantir a existência dessas iniciativas, ou se não dispõe dos recursos necessários para tal, o mercado desempenhará papel mais relevante na manutenção dessas ações em troca de visibilidade de suas marcas e/ou da apropriação desses recursos de acesso compartilhado.

Nesse sentido, David Boyle (2003) (apud OSTROM, 2007) escreveu sobre o que chamou de “segundo movimento dos *enclosures*”, que consistiria na apropriação dos “*commons* intangíveis”, por meio de crescente privatização, “commoditização” e remoção de informações que eram antes acessíveis ou que não se tornarão disponíveis tão cedo.

Não obstante, incipientes alternativas aos modelos de financiamento estritamente públicos ou privados têm surgido. Um exemplo são as estratégias de *crowdfunding* (que estabelecem contribuições coletivas para trabalhos propostos por indivíduos ou coletivos) (MARCHI, 2012 e COSTA, 2014).

A tendência à captura e à privatização dos *commons* que não sejam protegidos ou geridos, mesmo que coletivamente, poderia, então, ser revertida por meio da instituição de



normas e sistemas de gestão que os protegessem. Assim, a gestão compartilhada dos recursos e a manutenção da guarda dos direitos de propriedade intelectual, seguida de disponibilização para o uso livre, produziram efeitos positivos sobre os *commons*, ao permitir o acesso irrestrito a eles, ao mesmo tempo em que estes estariam menos vulneráveis à apropriação e captura pelo capital ou outros grupos privados (OSTROM; HESS, 2007).

Assim, entre as contradições inerentes ao capitalismo informacional estão o aumento das possibilidades do fortalecimento do grande capital, por meio da apropriação dos conhecimentos produzidos, paralelamente ao aumento das oportunidades de ampliação dos *commons* nas mãos de grupos que não apresentam necessariamente interesses econômicos diretos (embora, como vimos na obra de Bolaño, “atitudes antieconômicas” ou “desinteressadas” não deixam de produzir valor, constituindo capital simbólico que poderá ser convertido em capital econômico). Tais contradições têm sido exploradas por movimentos culturais, como o da cultura digital, que contaram, no Brasil, com o apoio e a legitimação do Ministério da Cultura entre os anos de 2003 e 2010:

Tendo com vetor a ampliação, tanto da concepção de Cultura, quanto do papel do ministério, o MinC passou também a considerar segmentos que até então eram invisíveis do ponto de vista das políticas públicas culturais: a cultura digital, que se tornou transversal na ação da pasta (COSTA, 2014, p. 23)

As iniciativas de cultura digital (produção de conhecimento em colaboração, preservação de acervos, artes visuais digitais, desenvolvimento de código, entre outras) sintetizam justamente essa cruzada – dos *commons*, para se manterem acessíveis e compartilhados, e do capitalismo, para se apropriar desses recursos. Essas tensões, que se encontram presentes nas transformações do capitalismo, têm se mostrado centrais para a economia da cultura e para a economia criativa. Mais que isso: têm se mostrado um dos principais pilares de toda a economia no contexto do capitalismo informacional.

No entanto, como veremos no capítulo 3 desta dissertação, as políticas especificamente voltadas para a economia da cultura e a economia criativa no Ministério da Cultura evitaram a vinculação obrigatória entre propriedade intelectual e as atividades dos segmentos contemplados por suas políticas, por entenderem tal relação como limitadora do escopo das iniciativas beneficiadas por seus programas. Dessa maneira, buscou resignificar o conceito de economia criativa, abrindo mão, no entanto, de formular uma política específica voltada ao fortalecimento *commons* no Brasil, o que poderia, no médio e longo prazos, se

constituir uma forma de resistência à apropriação privada desses recursos de acesso compartilhado pelo capital.

## **2.4 Considerações gerais deste capítulo**

A revisão bibliográfica que apresentamos acima nos mostra não somente que esses conceitos estão em construção, como é possível observar nas reelaborações teóricas que as diferentes correntes têm realizado sobre as especificidades dos setores estudados. Ela revela também que, por trás das múltiplas definições para as expressões economia da cultura e economia criativa, existem diferenças profundas nas concepções que as sustentam. Os estudos relacionando economia e produção intelectual e artística permitem uma análise do mercado em que se inserem e dos efeitos que a concentração de capital provoca na diversidade cultural. Mas não só. Eles contribuem também para a reflexão a respeito da possibilidade de existirem estratégias, dentro do sistema capitalista, que viabilizem a produção criativa não limitada a produtos de interesse do mercado e do grande capital.

Enquanto a economia política da comunicação e da cultura dedica-se a estudar como o capital vem se apropriando do trabalho cultural, da criatividade e da produção simbólica, para promover a reprodução do capital, as correntes neoclássicas geralmente enfatizam o que chamam de “externalidades positivas” (*positive externalities*), que consistem nos “efeitos colaterais” de um investimento e que beneficiariam as economias dos países e os indivíduos, bem como as possibilidades de desenvolvimento social e cultural que seriam propiciadas pelo investimento na economia da cultura e na economia criativa (THROSBY, 2006).

Como vimos, o modelo de produção e distribuição adotado pela indústria baseia-se em uma estratégia que inclui a produção tanto dos bens e serviços intelectuais e artísticos em si, como na produção da demanda por eles, buscando o retorno financeiro para os criadores, (autores e artistas), mas também e sobretudo para si. Em busca da maximização do lucro, as indústrias culturais massificaram o acesso a bens culturais, adotando uma estratégia de grande investimento em uma gama relativamente pequena de produtos e serviços com alto potencial de êxito comercial. Com isso, o investimento do grande capital em produtos culturais para as massas pode ter ampliado o seu alcance, mas sem a preocupação de aumentar, em qualidade, variedade e diversidade, a oferta.

Assim, o conceito de diversidade cultural passou a ser tomado como forma de resistência ao domínio geopolítico de determinados países na circulação cultural, bem como à produção cultural homogeneizadora e pasteurizadora, que ofusca diferenças sociais, de gostos, de classes, deixando à margem e à míngua as linguagens e produções que não se enquadram entre produtos comercializáveis e tudo aquilo que, apesar de ser cultura, não é transformado em mercadoria.

Se, como afirma a Unesco (2011), “a segunda parte do século XX foi marcada por uma diversificação radical dos gostos, dos lugares de encontro e dos mercados no mundo das artes e por um crescimento dos intercâmbios artísticos em nível planetário”, nos perguntamos em que medida essa suposta “diversificação de gostos” resulta da ampliação das possibilidades de acesso de “todos para todos” (potencializado pelas tecnologias da informação e da comunicação), e até que ponto é, ela mesma, produto da busca, pelo capitalismo, de mais fontes de reprodução do capital. Essas duas leituras sobre a diversificação de gostos não são necessariamente excludentes, tampouco contraditórias. Em todo caso, seria possível supor que o conceito de economia criativa, baseado no princípio da diversidade cultural, figuraria como uma resposta a essa necessidade que o capital tem de se reproduzir mais ampla e rapidamente.

Para que o capitalismo continue se expandindo e prospere em um contexto de interconexão entre múltiplas realidades socioculturais, valorizar a diversidade cultural, de hábitos e de pensamento, significa multiplicar as possibilidades de ganhos com a criatividade. “Quando não há mais agricultura nem indústria, deve-se fazer o patrimônio cultural dar frutos” (*Le Monde*, 1993 apud BENHAMOU, 2007, p. 177). O modelo de alto investimento em produtos “certeiros” poderia ser, então, substituído pelo estímulo à livre produção e posterior incorporação ao capital dos produtos financeiramente exitosos.

Enquanto isso, determinadas “tribos”, cujas raízes culturais, sociais e religiosas distinguem-se fortemente da cultura promovida pelo mercado, também se apropriaram de armas do capitalismo para promover-se. Barber defende que o McMundo expressa a força do capitalismo e a Jihad, a resistência totalitária à sua expansão.

O McMundo é um produto da cultura popular impulsionado pelo comércio expansionista. Seu modelo é americano. Seus produtos são tanto imagens quanto objetos, uma estética assim como uma mercadoria. Trata-se tanto de cultura como de commodity, peça de vestuário e ideologia. [...] Música, vídeo, cinema, livros e parques temáticos – os novos templos de uma civilização comercial da qual os shoppings são a praça pública e os subúrbios são as vizinhanças sem vizinhos – estão todos construídos como imagens de exportação, criando um gosto mundial

comum em torno de logomarcas e slogans publicitários, celebridades, músicas, grifes, jingles e marcas registradas. O hard power se rende ao soft enquanto a ideologia é transmutada em uma espécie de videologia que opera através de bites de som e clipes de filmes. A videologia é mais vaga e menos dogmática do que as ideologias políticas tradicionais, mas por isso mesmo pode ser mais eficiente em instalar os novos valores dos quais os mercados globais precisam para ser bem-sucedidos. (BARBER, 2003, p. 49)

Nenhum dos dois mundos teriam contribuído, portanto, para a democracia ou o desenvolvimento de sociedades menos desiguais. O multiculturalismo – que pode e deve distinguir-se de diversidade, ainda que possa representá-la como força de resistência ao colonialismo da globalização – é visto, assim, como uma ameaça à diversidade, pois promoveu o “extermínio de um grupo por outro”.

Em alguns lugares, o multiculturalismo incitou a anarquia e a autodeterminação conduziu ao extermínio de um grupo pelo outro. [...] A Jihad é, então, uma resposta irada ao colonialismo, ao imperialismo e aos legados econômicos deixados por eles: capitalismo e modernidade. É a diversidade tomada pela fúria, o multiculturalismo que se tornou canceroso, com suas células se dividindo muito tempo depois de suas divisões terem deixado de servir ao corpo saudável. (BARBER, 2003, p. 43)

A globalização do McMundo promove a cultura do consumo, das marcas, das celebridades, ocupando no mundo ocidental um lugar privilegiado na constituição das identidades, desejos, projeções simbólicas. Não se trata apenas de uma relação de domínio econômico ou político; trata-se da expansão de tendências culturais, formas de organização, aspectos do cotidiano que permeiam as vidas das mais diferentes populações. Mas essa expansão não se dá de maneira homogênea.

Mesmo nações tradicionalmente homogêneas têm motivos para temer a Jihad. A crescente interdependência do mundo em termos econômicos e de comunicações significa que estes países, mesmo unificados internamente, não deverão mais funcionar coesos em um ambiente mundial cada vez mais multicultural. Ironicamente, o mesmo mundo que está se unificando cultural e comercialmente é um mundo cujos subgrupos raciais, étnicos e religiosos estão cada vez mais em evidência nos países, em grande parte em reação ao McMundo. (BARBER, 2003, p. 43)

Cada qual, a seu modo, conduziu o mundo então ao fortalecimento do capitalismo. Indiretamente, o tribalismo acaba por servir ao capitalismo ao levá-lo a restituir a “paz”, visto que a busca do lucro não toleraria a força rebelde da Jihad. “A doutrina do mercado acabou reforçando a busca por estabilidade e paz – pré-requisitos para uma economia internacional eficiente – mas sem aumentar as chances de democracia ou de responsabilidades civis”. (BARBER, 2003, p. 46)

Somente a participação ativa da sociedade civil poderia construir a democracia, exigindo a superação da polarização Estado *versus* setor privado – apesar do caráter dialético, como nos mostra a economia política, dessa relação, que ora se manifesta com o Estado como um agente do capitalismo, concorrente dos entes privados, ora se constitui como poder coercitivo contra furiosa busca por lucro em detrimento dos interesses coletivos e públicos, ora se manifesta como apoio e estímulo ao mercado.

A sociedade civil, portanto, é pública sem ser coerciva, voluntária sem ser privatizada. É a este campo que pertencem nossas instituições civis tradicionais, como fundações, escolas, igrejas e outras associações cívicas voluntárias. A mídia, quando leva a sério suas responsabilidades civis e subordina seus interesses comerciais às suas obrigações para com a coletividade, também faz parte da sociedade civil. (BARBER, 2003, p. 320)

Barber argumenta que a sociedade civil, nos Estados Unidos, perdeu seu protagonismo como resultado do avanço do capitalismo e as conseqüentes ações do governo para combater os monopólios:

Somente quando os indivíduos que viam a si mesmos como cidadãos passaram a se enxergar como consumidores e os grupos de adesão voluntária foram suplantados por empresas legitimadas como “pessoas jurídicas”, as forças do mercado começaram a avançar sobre os limites da sociedade civil e a expulsá-la do setor privado. Quando os mercados começaram a se expandir radicalmente, o governo norte-americano respondeu com uma campanha agressiva em defesa dos interesses comuns contra os novos monopólios, inadvertidamente expulsando a sociedade civil do setor público. Espremida entre os campos dos dois monopólios em expansão – estatal e empresarial – a sociedade civil perdeu sua preeminência na vida americana. (BARBER, 2003, p. 321)

Essa discussão traz luz sobre uma das medidas que o Estado brasileiro tem adotado para resolver a questão da informalidade no campo da cultura, que é a de estimular a transformação de trabalhadores autônomos em pessoas jurídicas, principalmente por meio do microempreendedor individual, uma modalidade jurídica que busca aliar os direitos previdenciários de um cidadão e as facilidades, para o capital, criadas pela redução dos custos contratuais e transacionais, e retirando as relações de trabalho, nesse mercado, da tutela do Estado.

De qualquer forma, a provocação de Barber sugere que seria interessante futuramente nos debruçarmos, a partir de uma perspectiva crítica, sobre as relações produtivas e as dinâmicas econômicas da sociedade civil, expressa em coletivos, associações, redes, comunidades sem fins de lucro, não apenas como audiência, laboratório de inovação, consumidores e meio de reprodução do capital, mas também como possível resistência aos

modelos de produção e distribuição vigentes.

A economia da cultura e a economia criativa pensada como uma aliança entre a sociedade civil, o Estado e o setor privado, ignora as contradições dos interesses de cada um desses entes, apostando na criação de uma “homogeneidade heterogênea” – a união entre a Jihad e o McMundo, a diversidade cultural e a indústria, o público e o capital – que pode contribuir para a intensa expansão do capital em suas mais diversas formas.

#### **2.4.1 O papel do Estado**

Como vimos, enquanto a economia política da comunicação e da cultura explicita as tendências concentradora da indústria e homogeneizadora do mercado, as correntes neoclássicas acreditam que, quase sempre, a participação do Estado na regulação e no fomento prejudicam mais do que ajudam a economia da cultura.

Esse conflito pouco tem de particular em relação a outros setores econômicos: enquanto os autores da economia política da comunicação e da cultura assinalam o caráter ora oligopolístico, ora monopolístico das indústrias culturais e seus perversos efeitos, os neoclássicos apontam falhas do mercado que poderiam ser corrigidas pela ação do Estado. “A economia política de Pareto baseia-se na ideia de que a livre concorrência nos mercados permite atingir o máximo de bem-estar coletivo. A legitimidade de intervenção pública em favor da cultura é produto, então, das falhas do mercado” (BENHAMOU, 2007, p. 148). Mas os liberais criticam fortemente as políticas intervencionistas que, em sua visão, poderiam terminar por “deturpar” a livre concorrência, elevar os preços dos produtos culturais e prejudicar as atividades da iniciativa privada.

A crítica às políticas culturais gira em torno de três temas: em primeiro lugar, a ineficiência das instituições ou das regulamentações em comparação com o jogo do mercado. Em outros termos, não é porque existam diversas falhas de mercado que se deva recorrer à intervenção pública, um mecanismo ainda menos eficiente. Em segundo lugar, a superavaliação dos efeitos externos positivos e, por último, os efeitos anti-redistributivos das subvenções concedidas.

Frequentemente, as instituições culturais são monopólios em seu segmento de mercado. Museus, teatros e orquestras partilham tal condição, o que lhes confere, pelo menos em teoria, um alto grau de liberdade no tocante à fixação do preço. Todavia, essa tentação inflacionária é inibida em função da forma da curva da demanda.

Segundo o pensamento liberal, a regulamentação protetora favorece a captação de

renda por parte de certos ofertantes. Para William Grampp (1989), isso é uma característica sistemática da intervenção pública, o que acaba se traduzindo na fixação de preço em nível superior ao que resultaria do livre jogo da concorrência. (BENHAMOU, 2007, p. 168)

Assim, os liberais tomam o monopólio como um dado da realidade (e não como consequência de um modelo econômico) e problematizam o papel do Estado, atribuindo à demanda e ao próprio mercado as possíveis correções. Como essa demanda se constitui não aparece como uma preocupação para esses economistas, que a naturalizam e parecem ignorar em suas análises a participação do capital em sua construção. Como se fosse consequência de “gosto nato”, noção esta absolutamente refutada por Bourdieu e Bolaño, que mostram quão socialmente produzidos são o tanto o gosto e como a audiência.

Para as correntes não marxistas, o que haveria de peculiar na economia da cultura seria sua natureza “deficitária” em alguns setores. Existem aqueles que defendem, nesse caso, a necessidade de o Estado garantir subvenções que tenham por objetivo não apenas a preservação cultural como também a geração de efeitos sociais positivos ou mesmo benefícios econômicos indiretos (como o investimento estatal na preservação do patrimônio histórico, que resultaria na promoção do turismo). Outra medida comum em países europeus (e hoje presente também na televisão por assinatura brasileira) é a existência de cotas para a produção do audiovisual nacional. Durante as negociações do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) que ficaram conhecidas como da Rodada do Uruguai e culminaram na criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), a França lutou para manter medidas protecionistas que permitissem a manutenção de cotas e subsídio público para a produção cinematográfica nacional, obviamente enfrentando resistência dos Estados Unidos, principais beneficiários do livre comércio (nos outros países) nessa área. Com isso, adotaram o princípio de “exceção cultural” que permitiu a diversas nações europeias, como França, Grécia, Espanha, Portugal e Alemanha a adotarem políticas de proteção à produção nacional (BENHAMOU, 2007, p. 163, p. 170).

“O ouro do McMundo é a informação e quem detém os 'canais' para o fluxo da informação é levado a querer também para si o que é transportado por eles. E esse é um negócio de proporções nada desprezíveis em uma economia na qual a indústria audiovisual é o segundo maior setor de exportação, vindo logo atrás do setor aeroespacial – 3,7 bilhões de dólares considerando-se a exportação para a Europa apenas em 1992, o que pode explicar por que os europeus (principalmente os franceses) alarmaram-se a ponto de quase inviabilizar a rodada do GATT de 1993

para excluir materiais audiovisuais das novas regulamentações de livre comércio”. (BARBER, 2003, p. 126)

Barber questiona as medidas protecionistas, que ocorrem ao lado de franca expansão do capitalismo internacional. Assim, aponta as medidas francesas proibindo expressões da língua inglesa, por exemplo, ao mesmo tempo em que recebe a EuroDisney a alguns quilômetros de Paris.

Para oferecer uma ilusão de identidade cultural, o McMundo percorre as ruelas da Jihad, enquanto seus residentes desarraigados brincam de ser 'nativos' de forma totalmente falsa. [...] Na Jihad suave da Europa Ocidental, o idioma é o instrumento pelo qual as partes se distinguem (BARBER, 2003, p. 209).

Já os liberais “radicais” criticam a intervenção do Estado não por sua falta de efetividade em relação aos objetivos que se quer promover, mas por acreditarem que ela não contribuiria para maior concorrência, acomodaria setores do mercado e ainda terminaria por favorecer um grupo restrito de artistas e produtores culturais.

Muito economista se surpreende com o fato de que o declínio de certos setores, incapazes de gerar ganhos de produtividade possa por si só justificar a intervenção do Estado. 'No final das contas, mesmo que se prove que os custos aumentam e que a produção diminui, não se justifica a subvenção governamental. O governo não tem de subvencionar qualquer bem que se torne caro ou obsoleto; eis aí a razão para procurar outra justificativa para o caráter particular da arte' (PEACOCK, 1991, p. 69 apud BENHAMOU, 2007, p. 170)

[...]

O excesso de regras e proteções sem dúvida enfraquece o vigor dos mercados. O liberalismo anglo-saxão estimulou o desenvolvimento do mercado da arte, enquanto, na França, um pesado sistema fiscal e uma definição restritiva da profissão de leiloeiro, mais os limites à exportação, possibilitaram com certeza a proteção do patrimônio nacional, mas ao preço de manter apático o mercado. A proteção de que goza a indústria audiovisual é, sob esse ponto de vista, criticada vivamente. Para George Stigler (1971), regulamentações resultam do triunfo do interesse estreito do produtor sobre o interesse difuso dos consumidores. (BENHAMOU, 2007, p. 170)

Uma das questões problemáticas nas análises que veem na economia criativa a chave para o enfrentamento de desigualdades e para o desenvolvimento em uma perspectiva democrática é o fato de desconsiderarem a tendência à acumulação do capital nas mãos de poucos agentes e as consequências disso sobre a diversidade cultural e sobre as condições de trabalho e sociais dos produtores de cultura. A premissa de que a economia da cultura tem, por si só, efeitos sociais positivos e potencial democratizante ignora as condições desiguais a que tanto produtores culturais como a sociedade como um todo estão submetidos, em que sistema



estão inseridos. Como diz Barber, “Aleksandr Soljenitsyn deseja 'domesticar o capitalismo selvagem', mas o capitalismo deseja domesticar a democracia anárquica e parece não ter muitos problemas em tolerar a tirania desde que ela garanta estabilidade” (BARBER, 2003, p. 47).

Outro problema recorrente é procurar balizar as ações do Estado por um parâmetro de eficiência que rege o mercado, focado em retornos financeiros e comerciais. “É lamentável que, justo no momento em que o economista aprende a levar em conta a dimensão qualitativa daquilo que se mede, ele se restrinja a calcular apenas as consequências comerciais do investimento cultural” (BENHAMOU, 2007, p. 182). Mas a resposta a isso, pelos neoclássicos que defendem uma política cultural estatal, é a defesa de que a economia da cultura e a economia criativa necessitariam de baixos investimentos que trariam retornos sociais altos (seja em geração de renda e emprego, *royalties* ou mesmo “valor simbólico”). Ambas as visões podem guardar alguma semelhança com as relações produtivas de exploração da força do trabalhador e produção de mais-valia. Ao buscar eficiência, mesmo que se levando em consideração parâmetros além dos comerciais, estaria o Estado se comportando como um capitalista (como vimos em Bolaño, o Estado como um agente do capitalismo) que promove uma “mais-valia” difusa a partir dos trabalhadores da cultura (investindo o mínimo necessário para gerar os melhores resultados possíveis)?

As organizações internacionais e o Estado brasileiro acreditam que esse último pode e deve estimular, fomentar e monitorar o mercado e os produtores de cultura, com os objetivos de promover o desenvolvimento, a diversidade cultural, a geração de emprego e renda, a exportação da cultura nacional e a imagem do Brasil no exterior. Foi essa a premissa que fundamentou as políticas de economia da cultura e economia criativa do Ministério da Cultura desde 2003.

Em constante diálogo com os organismos internacionais e intelectuais brasileiros e estrangeiros, o MinC inicialmente apoiou-se nos conceitos formulados por essas organizações e pelos autores não marxistas. Não apenas os utilizou como referência, como também contribuiu para sua construção, quando da realização da X Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento em 2004, em São Paulo. Em 2011, no entanto, aquele Ministério decidiu adaptar as definições e o conceito de economia criativa, reunindo intelectuais e acadêmicos de diferentes correntes teóricas, como Bolaño, Miguez e Ortellado.

Muito inspirado na concepção, de Celso Furtado, de criatividade e cultura voltadas para o desenvolvimento, o processo de reformulação conceitual não resultou em significativas mudanças em relação às definições daquelas organizações. No capítulo 3 revisaremos os conceitos utilizados pelo Ministério na construção de suas políticas.

### Capítulo 3

## **Ministério da Cultura: da economia da cultura à economia criativa como política para o desenvolvimento**

No Brasil, podemos observar a relevância dada ao debate sobre economia da cultura e economia criativa por meio da trajetória do Ministério da Cultura nessa área: a relação explícita entre economia e cultura e a importância atribuída a ela foi crescente ao longo do tempo: entre 2003 e 2011, as equipes voltadas ao tema ganharam mais prestígio, pessoal e orçamento. Esse processo, no entanto, foi gradual e não linear.

Como vimos no primeiro capítulo, a “elevação”<sup>20</sup> de uma Assessoria Especial de economia da cultura para uma Coordenação-geral e, mais tarde, para uma Secretaria de Economia Criativa, é sintomática de um avanço da pauta e conquista de espaço institucional para formulação e execução de políticas.

Não obstante aparentes momentos de ruptura e as disputas internas ao MinC, pode-se notar, no nível das políticas, relativa continuidade. Apesar de mudanças de nomenclaturas e conceitos e das diferentes ênfases nos discursos, não foi possível identificar, no período analisado, transformações estruturais, de fundo, que alterassem significativamente o curso das políticas culturais em suas relações com a dimensão econômica – como se supunha no início da investigação.

À luz dos conceitos vistos e debatidos no capítulo anterior, e a partir de análises de documentos, cabe aqui discutir de que forma a dimensão econômica da cultura e/ou da criatividade foi abordada pelo Ministério e que políticas foram implementadas nesse eixo de atuação. Faz-se também relevante analisar em que medida as ações executadas respondem aos objetivos de promoção do desenvolvimento e da diversidade cultural, considerada estratégica para o desenvolvimento em uma perspectiva democratizante.

Os conceitos tratados anteriormente contribuem também para discutirmos em que medida as políticas propostas para a economia da cultura e a economia criativa são úteis para

---

20 Aqui, diz-se elevação porque inicialmente o tema estava sob a responsabilidade de uma Secretaria que atuava em diversas outras temáticas, tornando-se posteriormente uma das principais funções da assessora especial que, no entanto, não contava com estrutura no Ministério, mas foi capaz de criar um programa com orçamento específico para essa temática. Ao tornar-se objetivo de uma coordenação, ganhou equipe, orçamento e planejamento de médio prazo e, ao “ganhar” uma secretaria, ascendeu na hierarquia do Ministério e conquistou um espaço mais estratégico interna e externamente.

se alcançar os objetivos anunciados em seus documentos fundadores.

Assim, este capítulo será dividido da seguinte forma: 3.1 Um resgate dos programas de economia da cultura no Ministério da Cultura entre 2003 e 2010; 3.2 A Secretaria de Economia Criativa no MinC: do *Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014* ao Plano Brasil Criativo.

### **3.1 Um resgate dos programas de economia da cultura no Ministério da Cultura entre 2003 e 2010**

“No primeiro mês da gestão do ministro Gil, ele disse claramente: 'Nós vamos tratar cultura em três dimensões: como fato simbólico, como direito de cidadania e como economia'.” (FERREIRA, 2008). As palavras de Juca Ferreira, proferidas em seu discurso de posse como Ministro da Cultura em 2008, sintetizavam as diretrizes do período em que Gilberto Gil esteve à frente da pasta.

Antes de nos atermos à questão econômica, no entanto, faz-se importante expormos o contexto em que os programas com essa abordagem foram constituídos.

No discurso de posse do próprio Gilberto Gil, suas palavras apontavam para um redimensionamento da definição de cultura (e do escopo de atuação do Ministério) e trazia outras questões que marcaram as políticas de sua gestão, como uma concepção ampla<sup>21</sup> de cultura e a afirmação da cultura, e do acesso a ela, como um direito.

Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, proporcionar condições necessárias para a criação e a produção de bens culturais, sejam eles artefatos ou mentefatos. Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, promover o desenvolvimento cultural geral da sociedade. Porque o acesso à cultura é um direito básico de cidadania, assim como o direito à educação, à saúde, à vida num meio ambiente saudável. Porque, ao investir nas condições de criação e produção, estaremos tomando uma iniciativa de consequências imprevisíveis, mas certamente brilhantes e profundas já que a criatividade popular brasileira, dos primeiros tempos coloniais aos dias de hoje, foi sempre muito além do que permitiam as condições educacionais, sociais e econômicas de nossa existência. (GIL, 2003)

Consagrado pela Declaração Universal de Direitos Humanos, de 1948, e também positivado na Constituição Federal do Brasil, de 1988, a perspectiva da cultura como um

---

21 Por concepção ampla deve-se entender a inclusão de expressões culturais e artísticas que não se limitam às tradicionais belas artes ou à indústria cultural: “[...] o que entendo por cultura vai muito além do âmbito restrito e restritivo das concepções acadêmicas, ou dos ritos e da liturgia de uma suposta "classe artística e intelectual" (GIL, 2003).

direito não soaria novidade se essa premissa tivesse estado presente, historicamente, nas ações do Estado brasileiro.

Cabe, aqui, uma breve interrupção no caminho das políticas do MinC, no período abordado nesta dissertação, de modo contextualizarmos o que representou a chegada de Gilberto Gil ao Ministério da Cultura, em relação à maneira como o Estado brasileiro tradicionalmente desenvolveu suas políticas culturais.

Antonio Albino Rubim (2013) salienta três aspectos que caracterizaram as políticas culturais no Brasil: o autoritarismo, a instabilidade e a ausência. O primeiro ficou evidente nos períodos em que o país esteve sob regimes autoritários, durante os quais, apesar da censura, o Estado investiu significativamente em produção e fruição cultural, entendendo-a como ferramenta ideológica e instrumento de controle.

[...] somente nos períodos autoritários o Brasil conheceu políticas culturais mais sistemáticas, nas quais o Estado assumiu um papel mais ativo e, por conseguinte, eclipsou a tradição de ausência. As ditaduras do Estado Novo (1937-1945) e dos militares (1964-1985), além da censura, repressão, medo, prisões, tortura, assassinatos, exílios inerentes a todo e qualquer regime autoritário, realizaram uma intervenção potente no campo cultural. Por certo tal atuação visava instrumentalizar a cultura; domesticar seu caráter crítico; submetê-la aos interesses autoritários; buscar sua utilização como fator de legitimação das ditaduras e, por vezes, como meio para a conformação de um imaginário de nacionalidade. (RUBIM, 2013, p. 226)

O autoritarismo, no entanto, não deve ser visto como uma característica apenas das ditaduras. Ele pode, por exemplo, ser expresso na execução de uma política cultural elitista que promova a exclusão de manifestações culturais de setores já marginalizados da sociedade.

Mas a relação entre autoritarismo e cultura não se restringe aos regimes ditatoriais. Como muitos autores têm assinalado, em interpretações diferenciadas, o autoritarismo está impregnado na sociedade brasileira, dada a sua desigualdade social (FERNANDES, 1975; COUTINHO, 2000 e CHAUI, 2000). Este elitismo se expressa, em um plano macro-social, no desconhecimento, perseguição e aniquilamento de culturas e na exclusão cultural a que é submetida parte significativa da população. Ele está entranhado [...] nas visões de cultura subjacentes às políticas culturais empreendidas. (RUBIM, 2013, p. 228)

Ao restringir o escopo de atuação do Estado apenas às expressões culturais legitimadas pela elite, governos brasileiros criaram uma cisão entre as manifestações dignas de uma política de governo e aquelas que, quando não reprimidas, poderiam ser ignoradas pelo Estado.

As culturas populares, indígena, afro-brasileira e mesmo midiática foram muito pouco contempladas pelas políticas culturais nacionais, quando elas existiam. Por certo, eram consideradas manifestações não dignas de serem reconhecidas e tratadas como cultura, quando não eram pura e simplesmente reprimidas e silenciadas.

[...]

A opção por uma concepção restrita de cultura, que engloba apenas as expressões mais reconhecidas pela elite, expressa com extrema fidelidade a visão autoritária e excludente da intervenção do Estado nacional no campo cultural, conformando a segunda de suas tristes tradições. (RUBIM, 2013, p. 228-229)

Apesar da criação da Fundação Palmares em 1988, como fruto de pressões do movimento negro no período de redemocratização do Brasil, permaneceram resquícios de uma política estatal voltada apenas para as belas artes e setores da indústria cultural.

A característica de instabilidade, ressaltada por Rubim, teria se manifestado, na história recente, não apenas no desmantelamento do Ministério da Cultura pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello, que o transformou em Secretaria em 1990, como também pela passagem de nada menos que dez ministros ao longo de nove anos, desde sua criação em 1985, pelo Decreto nº 91.144, até 1994. Contribuíram também para a instabilidade o pouco prestígio, expresso em um orçamento muito baixo (no período de Fernando Henrique Cardoso, à cultura eram destinados 0,14% das verbas orçamentárias do governo), quadro efetivo precário (o primeiro concurso público para este órgão, desde a criação do ministério, foi realizado em 2006), e na pequena quantidade de equipamentos públicos, concentrados em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo (RUBIM, 2013).

A ausência, terceira característica apontada pelo autor, seria demarcada pela ausência de formulação e execução de políticas ou pela transferência da responsabilidade de promoção da cultura para o setor privado: “No governo FHC/Francisco Weffort esta nova modalidade de ausência tem seu ponto culminante. Agora a cultura é antes de tudo 'um bom negócio', como assinala o mais conhecido manual editado pelo Ministério” (RUBIM, 2013, p. 226). A ideia, não concretizada, do ex-ministro era criar uma fundação para gerenciar os projetos culturais. Em seu discurso de posse, afirmou que o papel do Estado deveria ser o de "desimpedir a capacidade criativa da sociedade e do mercado"<sup>22</sup>.

Assim, a clara mensagem de Gilberto Gil em seu discurso de posse, de que “cultura vai muito além do âmbito restrito e restritivo das concepções acadêmicas, ou dos ritos e da liturgia de uma suposta 'classe artística e intelectual’”, de que “a diversidade interna é, hoje, um dos nossos traços identitários mais nítidos” e de que “é preciso intervir. Não segundo a

---

22 FREIRE, Vinícius Torres; KRIEGER, Gustavo. *Weffort quer 'fundaçãozinha' para Cultura*. Publicada na *Folha de S.Paulo*, em 03 de janeiro de 1995. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/1/03/brasil/21.html>>

cartilha do velho modelo estatizante, mas [...] como parte do projeto geral de construção de uma nação realmente democrática, plural e tolerante” soaram como um marco de transformação da visão de cultura e do papel do Estado, a sinalização de que uma nova concepção de planejamento e execução de políticas culturais estava por vir. Todavia, as limitações dessas mudanças serão abordadas ao longo deste capítulo.

Para Lia Calabre, pesquisadora da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), a nova dimensão da cultura colocada pelo Ministério estabelecia-se sob uma concepção que legitimaria não apenas a noção europeia de cultura, abrindo espaço para políticas de reconhecimento, valorização e incentivo às expressões culturais de todo o Brasil:

Um Estado de origem oligarca e elitista, formado por uma visão europeia de civilização e que por isso investiu, durante muito tempo, em projetos de educar as práticas culturais do conjunto da população. Esse é um dos motivos pelos quais o projeto de proteção do patrimônio com uma visão ampla, como foi o de Mário de Andrade, foi reduzido a política de proteção do patrimônio edificado e europeu. [...] Tal processo é intercalado por momentos de exclusão quase total da presença do estado. Podemos dizer que estamos retomando, de maneira atualizada, alguns dos pressupostos marioandradianos, nos últimos anos.<sup>23</sup>

Entre 2003 e 2005, deu-se, no âmbito da Unesco, o processo de construção e negociação em torno da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais, processo no qual o Brasil, por meio do Ministério da Cultura e do Ministério das Relações Exteriores, desempenhou um papel relativamente importante e bastante ativo em prol de sua aprovação, que enfrentava resistência de países como Estados Unidos, Japão, Israel, Austrália, México, Coreia do Sul e Nova Zelândia. Esses países não tinham interesse na aprovação da convenção e reivindicavam um texto genérico que fizesse referência a outros tratados internacionais de propriedade intelectual e comércio. O Brasil, ao lado da União Europeia, China, Canadá, defendia “uma rápida aprovação da convenção que servisse como contraponto à lógica exclusivista do mercado, assegurando a todas as Partes o espaço necessário à implementação de políticas culturais em defesa da diversidade cultural.” (KAUARK, 2010, p. 2).

Celebrada em outubro de 2005, a convenção foi ratificada pelo Brasil em 2006, por meio do Decreto nº 485/2006 e entrou em vigor em março de 2007, com o depósito do 30º instrumento de ratificação junto à diretoria-geral da Unesco. A definição adotada pela

---

23 Calabre, Lia. Entrevista concedida ao site Cultura e Mercado, publicada em 28 de maio de 2009. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/noticias/lia-calabre-%E2%80%9CEstamos-retomando-pressupostos-marioandradianos%E2%80%9D/>>

convenção aplica o conceito de diversidade não apenas às expressões culturais em si, mas também aos formas de produção e circulação da cultural, abrindo espaço para uma discussão em torno de modelos de negócios e da relação entre as tecnologias e a cultura:

"Diversidade cultural" refere-se à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. Tais expressões são transmitidas entre e dentro dos grupos e sociedades. A diversidade cultural se manifesta não apenas nas variadas formas pelas quais se expressa, se enriquece e se transmite o patrimônio cultural da humanidade mediante a variedade das expressões culturais, mas também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados. (UNESCO, 2005)

Ainda na convenção, diversas medidas sugeridas como passíveis de inclusão no conjunto de políticas culturais adotadas em âmbito nacional guardam relação estreita com aspectos econômicos, e fazem menção explícita à existência de setores informais e independentes a serem considerados:

- (a) medidas regulatórias que visem à proteção e promoção da diversidade das expressões culturais;
- (b) medidas que, de maneira apropriada, criem oportunidades às atividades, bens e serviços culturais nacionais – entre o conjunto das atividades, bens e serviços culturais disponíveis no seu território –, para a sua criação, produção, difusão, distribuição e fruição, incluindo disposições relacionadas à língua utilizada nessas atividades, bens e serviços;
- (c) medidas destinadas a fornecer às indústrias culturais nacionais independentes e às atividades no setor informal acesso efetivo aos meios de produção, difusão e distribuição das atividades, bens e serviços culturais;
- (d) medidas voltadas para a concessão de apoio financeiro público;
- (e) medidas com o propósito de encorajar organizações de fins não-lucrativos, e também instituições públicas e privadas, artistas e outros profissionais de cultura, a desenvolver e promover o livre intercâmbio e circulação de ideias e expressões culturais, bem como de atividades, bens e serviços culturais, e a estimular tanto a criatividade quanto o espírito empreendedor em suas atividades;
- (f) medidas com vistas a estabelecer e apoiar, de forma adequada, as instituições pertinentes de serviço público;
- (g) medidas para encorajar e apoiar os artistas e todos aqueles envolvidos na criação de expressões culturais;
- (h) medidas objetivando promover a diversidade da mídia, inclusive mediante serviços públicos de radiodifusão.

Foi nesse contexto que emergiu a política de economia da cultura dos mandatos de Gilberto Gil e de Juca Ferreira (seu secretário executivo ao longo de toda a gestão e ministro entre 2008 e 2010): o de aprovação da Convenção da diversidade das expressões culturais e o



de construção de políticas que se baseavam na concepção de que a cultura não se restringia às artes ou aos produtos da indústria cultural, e incluía expressões artísticas e culturais que estavam longe de constituir-se como negócio, mas que também deveriam integrar o escopo de ações do Ministério.

Como vimos no primeiro capítulo, entre 2003 e 2005, a dimensão econômica da cultura ficou a cargo do então secretário de políticas culturais, Paulo Miguez. Durante esse período, foi celebrado o acordo de cooperação técnica com o IBGE para a criação de indicadores culturais.

A gente acreditava que não dava para avançar na construção das políticas públicas se não há elementos estruturantes. E um deles são números, indicadores, estatísticas. Então celebramos esse acordo de cooperação, assinado no final de 2004 e a partir daí o IBGE começou a publicar dados sobre a cultura, indicadores culturais, a *Munic*<sup>24</sup> e a desenvolver a criação da conta-satélite<sup>25</sup> da cultura. O processo de construção de indicadores é demorado e as pesquisas são muito caras, o Brasil é muito grande. Essa iniciativa do Ministério eu considero extremamente importante numa perspectiva de longo prazo, porque, especialmente se você cria essa regularidade, o IBGE continua fazendo independentemente de quem seja o ministro da Cultura. (MIGUEZ, 2013, em entrevista à autora)

Além disso, antes mesmo da criação de um programa destinado especificamente à economia da cultura, o MinC chegou a ensaiar uma aproximação com a temática sob a perspectiva da economia criativa e influência da Unctad. O Brasil chegou a ficar encarregado pela conformação de um centro internacional, que acabou não sendo criado em função de mudanças de diretrizes no MinC após a saída de Miguez.

Nesse período houve também a tentativa de se montar um Centro de Economia Criativa. O ministro Gilberto Gil teria sido enfático em relação a não querer um centro voltado às indústrias e, em parceria com o governo da Bahia e um comitê internacional de apoio, tentaram constituir o Centro, mas a iniciativa perdeu força dentro do Ministério e acabou não vingando.

Minha última atividade no MinC foi organizar a primeira intervenção do Ministério em relação a essa questão da economia criativa, que decorreu da Unctad que aconteceu em 2004. Ainda era um conceito muito pouco conhecido, a Unctad criou

---

24 A *Munic* – Pesquisa de Informações Básicas dos Municípios, realizada pelo IBGE, é um levantamento periódico de informações sobre o funcionamento das instituições públicas municipais, incluindo entre outras as políticas das diversas prefeituras. Cabe dizer que, de acordo com o site do IBGE, a primeira *Munic* já havia sido em 1999. No entanto, ela não coletava informações sobre cultura.

25 Contas-satélites consistem em um conjunto de dados e indicadores referentes a um determinado setor que permite a comparação com o restante da economia. De acordo com o IBGE, “as contas-satélites são uma extensão do Sistema de Contas Nacionais. Elas permitem que se façam análises sobre o perfil e a evolução de um setor de forma comparável ao total da economia, medido pelas Contas Nacionais”. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/economia\\_saude/css\\_2007\\_2009](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/economia_saude/css_2007_2009)

um painel para discutir isso e, nessa reunião, o Brasil se incumbiu de criar um centro de indústrias criativas no Brasil; mas, rapidamente, dentro do Ministério, em conversa com o Gil, adotamos a nomenclatura de economia criativa e não de indústrias criativas. Organizamos um seminário em abril de 2005 que era uma primeira iniciativa no sentido de se formar o Centro. Avançamos um pouco na tentativa de criá-lo, com o governo da Bahia dando as instalações. Mesmo depois de sair do ministério, cheguei a viajar com Gil e montamos um comitê internacional de apoio ao Centro, com a China, Venezuela, Angola, mas o MinC passou por uma reorientação e essas coisas desapareceram. (MIGUEZ, 2013, em entrevista à autora)

Apesar da descontinuidade, o ex-secretário acredita que a interrupção não foi de toda prejudicial para o desenvolvimento do tema no Estado brasileiro, pois era necessário tempo e recursos para uma absorção crítica, que não reproduzisse simplesmente os modelos hegemônicos, que levasse em consideração as condições da produção cultural no Brasil.

Esse período entre a primeira ação do Ministério em relação ao conceito e a retomada alguns anos depois foi necessário para que algumas coisas amadurecessem (entre 2005 e 2009 se produziu alguma massa crítica dentro e fora do Brasil). Esse ambiente já favoreceu uma compreensão muito distinta daquela de 2004, em que houve um acolhimento meio acrítico do que aquilo significava. Havia uma solicitação de uma organização, que era a Unctad, havia disposição do Ministério, mas não havia tempo hábil nem atores para produzir uma discussão mais de fundo. Isso aconteceu com a chegada de Cláudia. (MIGUEZ, 2013, em entrevista à autora)

Em janeiro de 2006, Paula Porta foi nomeada assessora especial do Ministro e estruturou o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Prodec), lançado meses depois e executado até 2012. O período em que Porta esteve à frente da temática no MinC foi caracterizado por recursos humanos limitados, mas crescente orçamento, paralelamente ao desenvolvimento de diretrizes para as políticas a serem implementadas, continuidade e ampliação das cooperações com outros órgãos para a execução de pesquisas e geração de dados, além de iniciativas de promoção de negócios no mercado cultural. O Prodec sustentava-se em três frentes – informação, capacitação e promoção de negócios – e constituía-se, assim, em um programa para a “formulação e implantação de projetos voltados ao desenvolvimento e à dinamização dos principais segmentos da Economia da Cultura no país. Busca articular projetos de modo a enfrentar gargalos. A ação do programa não se dá através de apoio a projetos pontuais.” (PORTA, 2008)

Nesse período, o MinC assertivamente declarou ter feito a opção de trabalhar com o conceito de economia da cultura, em vez do de economia criativa, por entender que este último estaria necessariamente vinculado às indústrias de propriedade intelectual:

Trabalhamos com o termo Economia da Cultura ao invés de Economia Criativa ou Indústria Criativa por entendermos que o primeiro, ao invés de delimitar o campo, o alarga, pois abrange outros setores como ciência e tecnologia. Já o conceito de

indústrias criativas circunscreve o campo aos setores regidos por patente e propriedade intelectual.

[...] O termo indústrias criativas não dá conta do conjunto da economia da cultura no Brasil. (PORTA, 2008)

A preocupação em explicitar certa resistência ao conceito de economia criativa e suas premissas torna-se uma resposta à influência internacional de países, como a Inglaterra, e da Unctad, sem abrir mão de apostar em uma política de incentivo à economia da cultura, dentro dos marcos da diversidade cultural, e entendendo a cultura como vetor de desenvolvimento: “Nosso país possui evidente vocação para tornar a Economia da Cultura um vetor de desenvolvimento, baseado na sua diversidade cultural e na sua alta capacidade criativa”. (PORTA, 2008)

Todavia, Paula Porta não nega a estreita relação entre economia da cultura, as tecnologias da informação e da comunicação e a propriedade intelectual. Em um esforço de pautar o assunto mais amplamente, Porta e Gil assinam um artigo na *Folha de S.Paulo* em que ressaltam os aspectos que marcariam a economia da cultura:

Um de seus fortes ativos é a propriedade intelectual, mas segmentos dinâmicos, como festas e artesanato, não são baseados em patente ou direito autoral. O setor depende pouco de recursos esgotáveis e tem baixo impacto ambiental. Gera produtos com alto valor agregado e é altamente empregador. Seu desenvolvimento econômico vincula-se ao social pelo seu potencial inclusivo e pelo aprimoramento humano inerente à produção e à fruição de cultura.

A tecnologia digital criou novas formas de produzir, distribuir e consumir cultura e, com elas, surgem novos modelos de negócio e de competição por mercados, nos quais a capacidade criativa ganha peso em relação ao porte do capital. (GIL; PORTA, 2008)

A opção por utilizar a expressão economia da cultura não implicou a exclusão de setores clássicos da economia criativa, como as criações funcionais. Nas palavras de Porta, o Prodec abrangia “todos os setores que envolvem criação artística ou intelectual, individual ou coletiva, assim como os produtos e serviços ligados à fruição e à difusão de cultura (como museus, patrimônio histórico, salas de espetáculo, turismo cultural etc.)” (PORTA, 2008). O Prodec incluía também, ao menos em teoria, moda, arquitetura e design, além das áreas tradicionalmente associadas à cultura, como os segmentos artísticos (música, artes cênicas, audiovisual e artes visuais), editorial (livros e revistas), arte popular e artesanato, patrimônio

histórico material e imaterial, festas populares e software de lazer (jogos e afins). Incluía ainda o conteúdo de telecomunicações e radiodifusão (que, como veremos, não aparece nos setores atingidos pelo Plano Brasil Criativo) e propaganda, na área de criação. Essa ampla gama de setores pouco apareceu para o público durante os anos em que o Prodec foi executado, visto que as prioridades do programa, consideradas como os setores com maior potencial dinâmico para o Brasil, eram a música (produtos e espetáculos), audiovisual (principalmente conteúdo de televisão, animação, conteúdo de internet e jogos eletrônicos) e festas e expressões populares (em especial o carnaval, as festas de São João, a capoeira e o artesanato).

Paralelamente ao desenvolvimento do Prodec, crescia o programa que se tornaria um dos principais e de mais visibilidade da pasta: o Cultura Viva. E não sem disputas por agendas e conflitos internos, a área de economia da cultura foi se consolidando, apesar de relativamente isolada. O MinC procurava deixar claro que não estava interessado em alimentar, diretamente, as indústrias culturais tradicionais:

A Economia da Cultura, ao lado da Economia do Conhecimento (ou da Informação), integra o que se convencionou chamar de Economia Nova, dado que seu modo de produção e de circulação de bens e serviços é altamente impactado pelas novas tecnologias, é baseado em criação e não se amolda aos paradigmas da economia industrial clássica. O modelo da Economia da Cultura tende a ter a inovação e a adaptação às mudanças como aspectos a considerar em primeiro plano. Nesses setores a capacidade criativa tem mais peso que o porte do capital. (PORTA, 2008)

Apesar da ênfase nas novas tecnologias e dos esforços para deixar claro que a política pretendida pelo MinC não visava fortalecer as grandes empresas dos setores de cultura, Gil e Porta não ignoravam a relevância inequívoca do rádio e da televisão para essa economia e conseqüentemente de sua democratização<sup>26</sup>. Para efetivar as políticas que julgavam importantes, ambos alertavam para a necessidade de se buscar novas formas de apoio além dos mecanismos de incentivo, existentes desde a gestão de Celso Furtado:

O desenvolvimento da economia da cultura exige mecanismos diversificados de fomento, diferentes da política de fomento via leis de incentivo fiscal. É preciso formular ações integradas e contínuas que enfrentem os gargalos, sobretudo quanto à distribuição de produtos e espetáculos e à democratização do acesso ao rádio e à TV. Implantar uma estratégia para esse setor é um desafio imediato se quisermos aproveitar oportunidades geradas pelas novas tecnologias. (GIL; PORTA, 2008)

---

26 Tradicionalmente, o MinC não tem políticas voltadas para a radiodifusão, que estão sob a responsabilidade do Ministério das Comunicações. No entanto, o “MinC de Gil” tentou provocar criar algumas poucas políticas que resultariam em certa interferência nesse setor, como foi o caso da proposta da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav), que já havia sido derrotada em 2006.

Com as restrições de pessoal e o relativo isolamento dessa área no MinC, a saída para a execução de políticas foi a parceria com outros órgãos públicos e secretarias. Assim, na área de fomento, o Prodec realizou a Feira Música Brasil, um programa do artesanato de tradição cultural e o apoio à exportação do audiovisual. Criou, com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, linhas de créditos aos fornecedores da área de cultura. Junto a bancos que oferecem microcrédito, como o Banco do Nordeste e o Banco da Amazônia, reformulou as cláusulas de garantias para esse setor, tornando exequível a contratação de crédito pelos pequenos empreendedores e iniciou diálogo com o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal para a criação de linhas de apoio. No eixo de produção de conhecimento e geração de dados, o Ministério contratou o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea), deu continuidade à parceria com o IBGE para a coleta de informações e a construção de indicadores culturais, selou uma parceria para pesquisas sobre cadeias produtivas com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e outra com órgãos de fomento e pesquisa para a inclusão da área no seu escopo de apoios. O MinC participou ativamente da formulação do programa do Sebrae para o setor, o que envolveria as três frentes, em especial a de capacitação.

Entre a exoneração de Paula Porta, em agosto de 2008, e a nomeação de Juliana Nolasco, em maio de 2009<sup>27</sup>, o programa de economia da cultura do MinC ficou sem um responsável específico para ações da área. Seu orçamento continuou sendo administrado pela Secretaria de Políticas Culturais. Mesmo sem um gestor responsável pela política, entre 2008 e 2009 o Prodec teve seu orçamento aumentado em 26,62%, como se vê na tabela a seguir. O Prodec foi incluído no Plano Plurianual, tendo durado cinco anos, sem renovação.

---

27 Em entrevista, Nolasco declarou ter entrado no MinC em março de 2009. Os registros no Diário Oficial da União, no entanto, informam sua nomeação e exoneração do cargo que ocupava na Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) em maio daquele ano.

**Tabela 1**  
**Orçamento do Programa de Desenvolvimento de Economia da Cultura**

Ano	LOA (R\$)	Executado (R\$)	Dif. entre LOA e execução (%)	Crescimento LOA (%)	Crescimento execução (%)
2003	NA	NA	NA	NA	NA
2004	NA	NA	NA	NA	NA
2005	NA	NA	NA	NA	NA
2006	NA	NA	NA	NA	NA
2007	10.600.000	9.511.873	-10,27%	NA	NA
2008	7.700.000	7.790.977	27,16%	-27,36%	2,93%
2009	9.750.000	7.127.063	-26,90%	26,62%	-27,21%
2010	10.000.810	5.421.946	-45,78%	2,57%	-23,92%
2011	12.200.000	9.315.000	-23,65%	21,99%	71,80%
2012	NA	NA	NA	NA	NA

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados das Leis Orçamentárias Anuais (LOA) do período 2003-2012.

Nolasco ainda estava na Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE) quando começou a se interessar pelo tema e dedicar-se a refletir sobre ele, elaborando o que poderia vir a ser um plano de governo, antes de propor a estruturação de uma área para economia da cultura no Ministério da Cultura. Graduada em Administração de Empresas e trabalhando à época com política industrial da SAE, inspirou-se nas leituras de Celso Furtado (*Criatividade, dependência na civilização industrial*, 2008), Françoise Benhamou (*Economia da Cultura*, 2007) e Chin Tao-Wu (*Privatização da Cultura*, 2006), textos de Ana Carla Fonseca Reis, além de artigos sobre o processo de criação da área de Economia Criativa do Reino Unido, declarou a entrevistada. E perguntava-se então sobre o que haveria de particular, se é que haveria algo, na economia dos bens simbólicos, na política industrial da cultura, nas ações voltadas para pequenos empreendimentos. A partir daí, e em contato com servidores do MinC com quem dialogava, propôs a eles a criação de uma coordenação para desenvolver uma política governamental para o setor. Embora o tema já estivesse presente naquele Ministério, a pauta adormecera desde a saída de Paula Porta e essa foi a chave para reanimá-la.

A opção por uma coordenação de economia da cultura, e não de economia criativa, foi deliberada. Nolasco acreditava que era possível delimitar o escopo de políticas para a

cultura, mas muito mais difícil fazê-lo do domínio do “criativo”, pois, em primeiro lugar, implicaria ser capaz de dizer quais segmentos não são criativos e, em segundo lugar, o Ministério não teria musculatura para lidar com conceito tão amplo:

Fizemos uma opção consciente por utilizar o conceito de economia da cultura. Sempre acreditei mais no conceito de economia da cultura do que no de economia criativa, porque quando usamos a lente econômica para segmentos culturais, me parece muito mais claro ao que estamos nos referindo. Quando se fala em segmentos criativos, é preciso responder quais não são criativos e, para isso, seria necessário versar sobre temas para os quais o MinC não tem estofo: política de inovação e política industrial. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

Como vimos no primeiro capítulo, o período de Nolasco pode ser entendido como um período de transição. Naquele momento, embora ainda houvesse certa “desconfiança” sobre o que trabalhar com esses temas dentro do Ministério significaria para a cultura, quais impactos teria sobre as políticas, a ideia de ter uma área destinada ao assunto já parecia bem mais consolidada do que em 2004 ou 2006.

No geral, fui super bem recebida. Várias secretarias mantinham um diálogo muito bom comigo e foram muito parceiras. É claro que muita gente ainda desconfiava da área de economia da cultura, o que era aquilo, se eu era a capitalista “efegeveniana” que tinha chegado ali... isso acontecia em alguns momentos, mas acho que meu histórico de militância de esquerda também facilitou qualquer conversa. E, olhando agora, de uma perspectiva crítica, tenho voltado a conversar com muita gente que questionava a área na época, se era para a grande indústria, e hoje tenho alguns questionamentos também. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

O trabalho de Juliana Nolasco resultou em maior institucionalização do tema dentro do Ministério, com a criação da mencionada coordenação, e foco na estruturação de uma equipe, para desenvolver suas políticas no fortalecimento das ações de geração de informações e na articulação com os gestores estaduais. As linhas estabelecidas para o programa dão continuidade àquelas desenhadas por Paula Porta: produção de conhecimento, fomento e articulação. Durante o período de pouco mais de um ano em que estive na coordenação, estabeleceu as bases internas que permitiriam ao governo desenvolver as políticas para a área.

Na minha premissa – e acho que foi um dos meus erros –, achava que a gente tinha que concretizar isso dentro do governo, em parceria com a sociedade civil, antes de publicizar o que estávamos fazendo. Porque, de concreto, a gente ainda estava construindo uma área do zero. Então eu falava pouco em público sobre o que queríamos fazer, porque passamos um tempo formulando projetos e alinhando isso com secretarias estaduais e outros órgãos. Fiz questão de estar presente no Fórum de Cultura Digital, pra articular com a sociedade civil o que estávamos construindo, mas não participei de muitos. E nós começamos a construir uma rede chamada Em Pauta, que era uma rede de gestores da economia da cultura dos estados. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

A rede de articulação Em Pauta, entre governo federal e secretários e gestores estaduais de cultura, foi considerada por Nolasco uma das mais importantes ações implementadas pela coordenação durante o período em que esteve no MinC: “foi um processo interessante de federalismo, em um tema novo, para o qual não tínhamos respostas, estávamos tateando” (NOLASCO, 2014). A rede contava, em 2009, com gestores do Acre, Bahia, Goiás, Maranhão, Pará, Pernambuco, Rio de Janeiro, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe. Entre os resultados, estão a produção de uma carta de compromissos com premissas, princípios e diretrizes, assinada por 18 secretários estaduais de Cultura, que se comprometiam com a institucionalização, a promoção, o fomento à economia da cultura e o reconhecimento da importância do setor para o desenvolvimento e a geração de trabalho e renda. Apesar de buscar construir premissas próprias, a rede trabalhou com os conceitos à época já difundidos de economia da cultura e economia criativa, sem ter a preocupação de eleger apenas um ou de reformulá-los. Eles cumpriam o papel de pano de fundo para as premissas e diretrizes com as quais a rede trabalharia.

Propus a criação de um livro branco, que incluísse os conceitos (não um conceito fechado, acho que não teríamos tempo de construir um conceito nosso) e as premissas que os estados utilizariam para implementar suas áreas de economia da cultura. A gente passou um ano se reunindo, foi um trabalho muito legal. Conseguimos algo rico que foi discutir os vários conceitos de economia da cultura e de economia criativa, as definições da Unesco, Unctad, Ompi, do Reino Unido. A gente não se esforçou como a Cláudia Leitão para construir um conceito nacional. A gente pegou as quatro [definições] existentes, mas construiu um documento de premissas, que ficou pronto quando saí do MinC e nunca mais foi usado. Mas foi um começo de uma política de parceria entre governo federal e estados. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

Embora associada à coordenação de economia da cultura, a rede adotou a nomenclatura de economia criativa em seu documento de compromissos. O documento trazia diretrizes de institucionalização, regulação e tributação, criação de indicadores, formação e pesquisa. Apresentava também diretrizes para o fomento, a promoção e o acesso, com propostas de políticas de financiamento e exportação; propunha o desenvolvimento territorial, regional e local, por meio de arranjos produtivos locais e cidades criativas. O documento ainda incluía diretrizes no âmbito de “trabalho, renda e empreendedorismo”, com ações de capacitação, “cartilha” para o trabalhador cultural com orientações sobre o mercado de trabalho e diretrizes para atividades econômicas e ocupações culturais (promovendo, por exemplo, a ampliação da gama de atividades previstas na lei do microempreendedor



individual - MEI). O último tema tratado no documento, menos detalhado, dizia respeito à inovação e aos direitos intelectuais, mas mencionava apenas em linhas gerais a criação de diretrizes para pesquisa, inovação e desenvolvimento, propriedade intelectual, estudos e prospecção. O anexo do documento de diretrizes relacionava mais de 60 ações previstas no projeto de lei do Plano Nacional de Cultura, construído ao longo de anos com a participação de diversos setores da sociedade civil, mas instituído apenas em 2 de dezembro de 2010, pela Lei nº 12.343, quando Nolasco não mais estava no Ministério. Parte significativa das diretrizes e ações propostas nesse documento integrou posteriormente, também, o Plano Brasil Criativo, produzido ao longo de 2011 e 2012.

Além da rede de gestores, Nolasco deu continuidade à expansão do tema junto ao Ministério da Fazenda, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, IBGE, bem como à produção de informações. Com base na experiência britânica, que começara seu programa de economia criativa apenas depois de produzir muitos dados sobre o setor, Nolasco concentrou esforços: (a) na criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (Sniic), elaborando uma taxonomia específica para o setor cultural e um sistema em software livre, em parceria com o Programa de Apoio a Projetos Institucionais com a Participação de Recém-Doutores (Prodoc) e o BID; (b) no desenvolvimento de um índice de preços no setor cultural (para verificar inflação de insumos e bens culturais), considerado por ela bastante difícil; (c) e na formulação de metodologias de mapeamento de zoneamentos econômico-culturais, com experiências piloto de implementação deste último no Acre e, do Sniic, nos estados da Bahia e de Santa Catarina.

Outro projeto que chegou a ser formulado, mas não implementado, foi o Observatório de economia da cultura (cujas ideias seriam retomadas com o Observatório de economia criativa – Obec – no período de Leitão). O objetivo de Nolasco era criar um espaço de referência virtual para dar visibilidade às experiências já realizadas pela sociedade e por governos, divulgar indicadores, os estudos e dar transparência às ações do Estado. De acordo com a ex-gestora<sup>28</sup>, a execução orçamentária daquele período foi baixa. As ações de fomento realizadas diretamente pela coordenação foram limitadas, já que, no período em que a área ficou sem equipe específica, os recursos do Prodec estariam comprometidos em projetos de fomento da Secretaria de Políticas Culturais, em que se encontrava a coordenação.

---

28 E como confirmam os dados publicados pelo governo, disponíveis na Tabela 1.

A gente estava com o projeto pronto, mas nunca saiu do papel, nunca conseguiu ser orçado; enfim, a dinâmica da política pública também dificulta. Já era o fim da gestão do Juca. Minha sensação quando saí do MinC era de que não tinha produzido nada. Mas quando olho em retrospectiva, e vejo o que foi feito a partir dali, a gente vê que é um processo mesmo e que, com apenas quatro pessoas, a gente entregou bastante coisa. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

Mesmo adotando, na rede Em Pauta, o conceito de economia criativa, as definições de organizações internacionais e mirando-se bastante no modelo britânico, que não necessariamente ia ao encontro da visão geral que orientava o Ministério durante o período em que Juca Ferreira o dirigiu, Nolasco estava atenta a iniciativas, do mercado, que apresentavam novas formas de se relacionar com a cultura:

A primeira coisa é reconhecer que existem essas diferentes dimensões e nuances na sociedade, que estão organizadas de alguma forma na economia, e respeitar isso. A gente reconhecia a existência de novos modelos de negócios e iniciativas fora da grande indústria e acreditava que o MinC deveria pensar em formas de não “abafá-las”; ao contrário, elas precisavam ser fomentadas. Mas, ao mesmo tempo, existiam as grandes indústrias que já trabalhavam com isso e também precisávamos responder à pergunta de como trabalhar com elas. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

Assim, a gestão de Nolasco criou as bases para o fortalecimento do tema dentro do governo federal, contribuiu para o aumento da transversalidade do tema da economia da cultura dentro do MinC e dirimiu resistências internas. Para compreender melhor como isso aconteceu, é importante ressaltar que naquele momento o MinC avançava em propostas de cunho estruturante, que fortaleciam o papel do Estado em relação ao setor cultural, como a reforma da Lei Rouanet e a da lei de direitos autorais. E a coordenação de economia da cultura estava em sintonia com esses processos, participando ativamente das discussões e da formulação de novos modelos e regras para o fomento.

Foi um período de construção do tema e entendimento do que isso [o tema de economia da cultura] viria a ser dentro do governo federal. Foi uma fase rica também de discussão sobre diversificação de mecanismos de fomento; eu mesma participei ativamente de toda a proposta de reforma da Rouanet. E, ao mesmo tempo, toda essa construção de bases do que poderia vir a ser uma secretaria posteriormente. Então acho que a construção dessa base com os estados, em rede, contribuiu para pautar essa discussão. Queria construir musculatura dentro do MinC pra que a gente pudesse ir a público construir isso. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

Dessa maneira, o protagonismo do MinC estava associado a reformas que teriam forte impacto no mundo cultural e que tinham como orientação a busca por equilíbrio entre os interesses dos criadores, das indústrias e da sociedade. As luzes, portanto, não estavam voltadas para as temáticas de economia da cultura ou de economia criativa. Naquele

momento, a existência de uma coordenação parecia estar subordinada aos objetivos estratégicos do MinC, que contavam com bastante simpatia dos setores progressistas e significativa resistência da grande indústria<sup>29</sup>.

Quando entrei no MinC, era um momento muito especial: o Gil tinha acabado de sair, o MinC tinha sido reconstruído e estava consolidando coisas incríveis; a gente estava imerso na discussão da reforma da Lei Rouanet, da reforma da lei de direitos autorais, no Fórum de Cultura digital. Eram temas novos, progressistas e corajosos que estavam “bombando” lá dentro. (NOLASCO, 2014, em entrevista à autora)

No ano seguinte, a criação da Secretaria de Economia Criativa deu outro *status* à área dentro do governo, impôs outra dimensão ao tema na agenda pública, e recebeu mais holofotes, paralelamente a polêmicas e controvérsias decorrentes da nomeação de Anna de Hollanda como ministra e suas primeiras ações no cargo<sup>30</sup>.

---

29 Cabe, nesta nota, esclarecer que o Projeto de Lei, do executivo, nº 6722/2010 (Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=465486>>), que reforma da lei Rouanet e se encontra atualmente no Senado, propõe a instituição do Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura – Procultura. Parte do mercado resistiu à proposta por entender que ela prejudicava os interesses das empresas patrocinadoras (ver notícia sobre o 1º Fórum de investidores privados em cultura, disponível em: <<http://www.gife.org.br/artigo-investidores-sociais-entregam-diretrizes-para-reforma-da-lei-rouanet-13441.asp>>). Para tentar evitar a dedução, em 100% do imposto de renda, dos valores destinados a projetos culturais como prática mais frequente, criou outras faixas de renúncia (50%, 70%, 80% e 90%) . Além disso, definia critérios e instituía que a faixa maior de dedução (100%) serviria a projetos com menor atratividade de investimento. Outro motivo para as reações negativas pelo capital foi a criação de critérios para a destinação dos recursos, e a ampliação do papel da Comissão Nacional de Incentivo Fiscal (CNIC) tanto no fomento via renúncia, como no via Fundo Nacional de Cultura, aumentando a participação de comitês com representantes de setores artísticos, do Estado e da sociedade civil, na definição dos projetos a serem incentivados. O mercado entendeu a proposta como “dirigismo cultural”, pois fortaleceria o papel dos comitês nas decisões de investimento das empresas nos projetos culturais. O fortalecimento do Fundo Nacional de Cultura em relação aos mecanismos de incentivo fiscal levaria a um aumento no papel de outros setores da sociedade, além do mercado, nas definições acerca dos investimentos culturais. Vemos, aqui, um exemplo claro de tentativa de implementação do fortalecimento do papel do Estado no setor da cultura, anunciada por Gil, e de como se conformam os interesses do mercado nessa área. Um dos problemas diagnosticados na Rouanet é o fato de ela submeter aos interesses do mercado, geralmente verificados em audiência e prestígio, ao transferir, quase totalmente, o poder de arbitrar sobre os investimentos em culturas, feitos via renúncia fiscal e, portanto, com recursos públicos. Mais informações sobre a proposta de reforma da Rouanet estão disponíveis em: <<http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/faca-download-do-projeto-em-pdf/>>.

30 Como já relatado no primeiro capítulo desta dissertação, no primeiro mês de gestão, Anna de Hollanda retirou a licença Creative Commons do site oficial do Ministério da Cultura e solicitou à Casa Civil o retorno do pré-projeto de lei de direitos autorais ao MinC, para que passasse por nova reformulação (sobre isso, ver “Ana de Hollanda volta a falar sobre Creative Commons”, publicado em 01/02/2011 no site Cultura e Mercado. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/politica/ana-de-hollanda-volta-a-falar-sobre-creative-commons>>). Depois de anos de construção com participação de e consultas públicas aos mais diversos setores da sociedade, o projeto de lei ainda enfrentava a resistência de alguns segmentos do mercado, em especial daqueles alinhados com o Escritório Central de Arrecadação dos Direitos Autorais (Ecad), do qual a ministra era considerada aliada. Esses fatos, somados à sinalização de outras mudanças na orientação do MinC, provocaram forte descontentamento entre setores da sociedade civil que haviam integrado ativamente diversos processos participativos propostos pelo MinC ao longo dos oito anos anteriores. Esses setores iniciaram então uma forte campanha pela reorientação ou mudança de direção no Ministério.

### **3.2 A Secretaria de Economia Criativa no MinC: do *Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014* ao Plano Brasil Criativo**

Como já vimos em diversas passagens desta dissertação, a temática da economia criativa ganhou mais visibilidade a partir da nomeação de Anna de Hollanda como ministra da Cultura e subsequente anúncio da criação de uma Secretaria especialmente dedicada ao tema.

Convidada para chefiar os trabalhos, Cláudia Leitão tinha um histórico de boas relações tanto com o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), que governava o Ceará quando foi secretária estadual de Cultura (2003-2006), quanto com o MinC dirigido por Gilberto Gil, tendo sido uma grande aliada do Ministério na implementação do Sistema Nacional de Cultura. Sob sua gestão no Ceará, foi implementada a primeira experiência do Sistema Estadual de Cultura, ainda em 2003, o que rendeu àquela secretaria o primeiro lugar do prêmio Cultura Viva do Ministério da Cultura na categoria gestão pública em 2006<sup>31</sup>.

O Ministério da Cultura passou os primeiros meses da nova gestão, sob a responsabilidade de Anna de Hollanda, ressaltando a criação da Secretaria de Economia Criativa (SEC), do vale-cultura e a construção das Praças dos Esportes e da Cultura (PEC), que compunham os elementos de sua agenda “positiva”<sup>32</sup>.

Do ponto de vista formal, no entanto, a Secretaria de Economia Criativa nem existia ainda. A equipe de Leitão foi contratada por meio da Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural e sua cessão pela Universidade Federal do Ceará<sup>33</sup> ao Ministério só ocorreu mais de um ano depois de ter assumido o desafio. A Secretaria propriamente dita só foi instituída em 1º de junho de 2012, pelo Decreto nº 7.743, mas sua equipe já trabalhava desde março de 2011.

---

31 1ª edição do Prêmio Cultura Viva: <<http://www.premioculturaviva.org.br/1edicao.php>>

32 Entrevista com Anna de Hollanda no Programa “Bom dia, ministro”, da EBC Serviços, veiculada em 27/01/2011. Disponível em: <<http://conteudo.ebcservicos.com.br/programas/bom-dia-ministro/arquivos/27-01-2011-transcricao>>

33 Embora tenha sido anunciada para ocupar o cargo de Secretária em janeiro de 2011 (<http://www.culturaemercado.com.br/politica/ministra-da-cultura-anuncia-equipe/>), um processo formal da burocracia estatal provocou o adiamento de sua nomeação. Leitão precisou aguardar a liberação da Universidade Estadual do Ceará, que ocorreu em 29 de abril, tendo sido efetivamente nomeada apenas em 06 de junho de 2011.

### 3.2.1 O Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014

Ao longo do primeiro semestre daquele ano, a nova equipe construiu o *Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014*, lançado em 23 de setembro de 2011, documento fundador que dava publicidade ao planejamento interno da Secretaria e fundava os princípios, conceitos e diretrizes que orientariam a construção do Plano Brasil Criativo<sup>34</sup>.

A importância do *Plano da Secretaria* reside na discussão conceitual que propiciou e que acabou servindo de base para a elaboração do Plano Brasil Criativo, que pretendia orientar as ações do governo para a área. As contribuições que o primeiro traz, do ponto de vista conceitual, são mais relevantes que as do segundo, que apenas faz alusão às definições e conceituações já desenvolvidas no documento fundador. É sobretudo no documento de 2011 que a Secretaria situa-se em relação às concepções empregadas na formulação da política, enquanto o Plano de 2012 revela a maneira como o MinC pretendia materializá-la. No texto de abertura do *Plano da Secretaria*, a então ministra Anna de Hollanda ressalta o dever, do Estado, de promover o desenvolvimento; o crescente destaque ao tema dado pela Unctad, pela Unesco e pelo Pnud; o fato de o Brasil, apesar de ser “reconhecido pela sua diversidade cultural e potencial criativo”, não constar entre os 10 países em desenvolvimento que mais produzem e exportam bens e serviços criativos; e, ao final, marca os compromissos do MinC com outros programas sociais e o papel de liderança que aquele Ministério pretendia assumir na proposição de políticas para o desenvolvimento por meio do trabalho da Secretaria:

[...] A Secretaria da Economia Criativa (SEC) simboliza, a partir deste Plano, o desafio do Ministério da Cultura de liderar a formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas para um novo desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade

---

34 A Secretaria de Economia Criativa elaborou dois planos entre 2011 e 2012: o primeiro, intitulado *Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações*

2011 a 2014, era fundador e orientava as ações da própria Secretaria, detalhava conceitos, diretrizes e propunha ações. Este documento está disponível em <[http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro\\_web2edicao.pdf](http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2edicao.pdf)>. O segundo, até a presente data não lançado publicamente, foi denominado Plano Brasil Criativo e é um plano abrangente de governo, envolvendo diversos ministérios (apesar de nunca ter sido lançado publicamente, há registro de uma apresentação bastante detalhada sobre ele, que inclui quase a totalidade do documento, excluindo os textos de referências. A referida apresentação está disponível em: <<http://www.integrabrazilne.com.br/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Plano-Brasil-Criativo-Claudia-Leit%C3%A3o-%E2%80%93-Universit%C3%A9-de-Paris-V-e-UECE-29ago2013.pdf>>). De modo a evitar confusão, chamaremos o primeiro de “documento fundador” ou “*Plano da Secretaria*”, com itálico por ter sido publicado. O segundo será chamado por seu próprio nome, a saber, “Plano Brasil Criativo”, ou apenas “Plano”, quando aparecer logo após ter sido mencionado.

cultural brasileira.

Por outro lado, ao planejarmos, através da SEC, um “Brasil Criativo”, queremos acentuar o compromisso do Plano Nacional de Cultura com o Plano Brasil sem Miséria, através da inclusão produtiva, e com o Plano Brasil Maior, na busca da competitividade e da inovação dos empreendimentos criativos brasileiros. (Hollanda *in* MinC, 2011, p. 7)

*O Plano da Secretaria de Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014* tinha por objetivo “ser muito mais do que um documento definidor de intenções, políticas, diretrizes e ações no campo da economia criativa brasileira. Ele simboliza um movimento do MinC na redefinição do papel da cultura em nosso país” (MinC, 2011, p.19). A Secretaria partiu da premissa de que o Ministério da Cultura, ao longo dos dois mandatos do governo Lula, havia avançado significativamente nas dimensões “simbólica e cidadã” da cultura, mas não na econômica (MinC, 2011, p. 38). Partiu, ainda, do pressuposto de que o capitalismo fracassou, que o futuro do desenvolvimento depende da cultura (e para sustentar esta ideia cita o pensador Zygmunt Bauman e o advogado Philippe Kern), e que a diversidade cultural deve ser tratada como um “ativo” para o desenvolvimento (MinC, 2011, p. 19).

Sabemos que o sistema capitalista atual vive em um “beco sem saída” e as promessas produzidas pelo Estado, fundamentadas nos ideais da “liberdade, igualdade e fraternidade”, demonstraram-se vãs.

[...]

“O futuro de Europa depende da cultura”, afirma o pensador polaco Zygmunt Bauman na inauguração em Wrocław do Congresso Europeu da Cultura que a Polônia organizou com o objetivo de apresentar sua candidatura à presidência da União Europeia.

[...]

Na metáfora de Kern, se nas sociedades industriais o petróleo foi considerado o grande recurso produtor de riqueza, nas sociedades contemporâneas ou pós-industriais a diversidade cultural passa a ser o recurso fundamental para o desenvolvimento das nações, recurso que orienta o conteúdo das tecnologias, as escolhas dos governos, as alternativas econômicas das empresas e, especialmente, os modos de vida das gentes.

[...]

Dessa forma, a diversidade cultural não deve mais ser compreendida somente como um bem a ser valorizado, mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento. De um lado, deve ser percebido como recurso social, produtor de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos e países; de outro, como um ativo econômico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza. Assim, seja na produção de vivências ou de sobrevivências, a diversidade cultural vem se tornando o “cimento” que criará e consolidará, ao longo desse século, uma nova economia. (MinC, 2011, p. 19-20)

Para a construção de seu documento fundador, a Secretaria lançou mão do Plano Nacional de Cultura (PNC), resultado de um longo processo que contou com intensa participação da sociedade civil e havia sido aprovado em 2010:

O Plano Nacional de Cultura (PNC) figurou como ponto de partida de criação da Secretaria, em virtude de ter-se instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010 e, principalmente, por corresponder ao nascedouro do processo de institucionalização de políticas públicas culturais na área da economia criativa, mais especificamente no campo da economia da cultura. (MinC, 2011)

A lei estabelece, entre os objetivos do PNC, “desenvolver a economia da cultura, o mercado interno, o consumo cultural e a exportação de bens, serviços e conteúdos culturais”<sup>35</sup> e decorrente dele há diversas menções ao longo da lei, estabelecendo as atribuições do Estado, as diretrizes, estratégias e ações.

O capítulo IV do PNC<sup>36</sup>, resgatado pela Secretaria, trata do “desenvolvimento sustentável” e de “ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico, promover as condições necessárias para a consolidação da economia da cultura, induzir estratégias de sustentabilidade nos processos culturais” (PNC, 2010), estabelecendo sete estratégias e 52 ações nessa direção. A introdução desse capítulo do PNC ressalta a relação entre cultura e tecnologia, reconhece a diversidade de modelos de produção e circulação de bens culturais e aponta para seu papel na construção do desenvolvimento sustentável:

A cultura faz parte da dinâmica de inovação social, econômica e tecnológica.

Da complexidade do campo cultural derivam distintos modelos de produção e circulação de bens, serviços e conteúdos, que devem ser identificados e estimulados, com vistas na geração de riqueza, trabalho, renda e oportunidades de empreendimento, desenvolvimento local e responsabilidade social.

Nessa perspectiva, a cultura é vetor essencial para a construção e qualificação de um modelo de desenvolvimento sustentável. (PNC, 2010)

Como o PNC utilizou-se sempre da expressão economia da cultura e a Secretaria apoiava-se na expressão economia criativa, o *Plano da Secretaria* sugere a substituição da primeira pela segunda, sem, no entanto, propor alterações no mérito das propostas do PNC, incorporando-o e apenas adequando-o ao novo cenário:

Um ponto importante é compreender que, em função da ampliação do escopo da Economia da Cultura para Economia Criativa, essas diretrizes também foram ampliadas. Onde se lê, portanto, trabalhador da cultura, leia-se trabalhador criativo. Onde se lê economia da cultura, leia-se economia criativa. (MinC, 2011, p. 38)

---

35 Definido pelo Art. 2º, inciso IX, referente aos objetivos do PNC na lei que o instituiu, mencionada na citação acima.

36 A íntegra do PNC compõe o anexo da referida lei que o instituiu.

Apesar de optar pelo uso da expressão “economia criativa” e de buscar dialogar com organizações internacionais que dela se utilizam, a Secretaria tomou para si a tarefa de reformular o conceito, com o apoio de acadêmicos e consultores brasileiros, não apenas para aprofundar as definições, como também para incorporar elementos da cultura brasileira que seriam caros ao desenvolvimento do país:

Sabíamos da necessidade de definir conteúdo para a expressão 'economia criativa', em função da ambiguidade e vagueza da mesma, que provocaria ruídos em nosso planejamento. Por outro lado, tínhamos consciência de que se o conceito de economia criativa é novo e ainda se encontra em construção, mesmo entre os países desenvolvidos, nós necessitaríamos adequá-lo, em nosso Plano, às especificidades e características brasileiras. Assim, ao invés de reproduzir conceitos de outros países com realidades políticas, econômicas, culturais e sociais divergentes de nós, deveríamos aceitar o desafio de ampliar os significados da economia criativa, adaptando-a às potencialidades e às características do nosso país. (MinC, 2011, p.21).

Assim, no *Plano da Secretaria*, a economia criativa é definida a partir das “dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica”. (MinC, 2011, p. 23)

A SEC procurou diferenciar o conceito do MinC das definições consagradas pelo sistema ONU naquilo que seria o estímulo às indústrias e na necessária associação da economia criativa à propriedade intelectual. Em outras palavras, no primeiro caso, a Secretaria quis deixar claro que as políticas que formulava não visavam às indústrias culturais.

Nossa compreensão de economia criativa definitivamente não se submetia ao significado moderno das “indústrias culturais”. Pelo contrário, o grande desafio intelectual e político para a construção de um Plano da Secretaria era o de retomar o papel do MinC na formulação de políticas públicas para o desenvolvimento brasileiro.

Por isso, nossa primeira tarefa foi a de pactuar os fundamentos da economia criativa, a partir dos seguintes princípios: inclusão social, sustentabilidade, na inovação, diversidade cultural brasileira. (MinC, 2011, p. 21)

O MinC sustenta que um dos problemas em relação ao conceito de economia criativa residiria na má tradução do termo *industries* para o português, atribuindo à palavra outro significado, distinto daquele que originalmente se quer comunicar na língua inglesa.

Um primeiro entrave enfrentado neste processo de construção conceitual diz respeito à terminologia adotada no campo da Economia Criativa, em virtude da maior parte das publicações e debates sobre o tema ser de origem anglo-saxã. Além de inadequada em função das especificidades de cada país, é temerária a realização da simples tradução de conceitos que muitas vezes geram incompreensões semânticas



por causa de diferenças culturais. A expressão “*creative industries*” – adotada via de regra pelos países anglo-saxões e mesmo por países latinos e asiáticos – é traduzida no Brasil literalmente como “indústrias criativas”. Entretanto, na língua inglesa o termo “indústria” significa “setor” ou o conjunto de empresas que realizam uma atividade produtiva comum (e.g. setor automobilístico, setor de vestuário etc.). Isto tende a gerar uma série de “ruídos” de cognição em função da estreita associação que se faz comumente no Brasil entre o termo “indústria” e as atividades fabris de larga escala, massificadas e seriadas. Assim, para efeito deste Plano e da proposição de políticas públicas, é adotado o termo “setores criativos” como representativo dos diversos conjuntos de empreendimentos que atuam no campo da Economia Criativa. (MinC, 2011, p. 21-22)

Assim, a SEC buscava retirar da definição de setores criativos o “peso” da associação dessa economia com outras indústrias clássicas e com a noção de cadeias produtivas que, em última instância, remeteriam ao taylorismo, ao modelo fordista de acumulação, à mecanização do trabalho e à alienação do trabalhador.

[...] a palavra indústria no Brasil traz consigo um imaginário taylorista, fordista, daquilo que é feito em série; pra indústria, só se fala de cadeia produtiva, expressão que não cabe bem quando a gente fala em economia criativa. (LEITÃO, 2014, em entrevista à autora)

O esforço de desvincular o Plano Brasil Criativo de uma proposta de política para as indústrias esbarra em limitações: se, por um lado, pode ser verdade que essa palavra remeta ao chão de fábrica, por outro, sob a ótica da economia política da comunicação e da cultura, o que define as indústrias culturais é a “presença de capital, da mecanização e da divisão do trabalho” (TREMBLAY, 2011, p. 114). Admite-se, como aponta Tremblay (2011), que haja diferenças entre os tipos e níveis de mecanização, bem como da divisão do trabalho, configurando distintos graus de mercantilização e industrialização da produção. Isso não faria, no entanto, com que a produção cultural estivesse alheia às regras da economia capitalista. Como Bolaño aponta, o que unifica a indústria cultural é o valor simbólico dos bens. E eles não precisam ser comercializados individualmente para que sejam considerados mercadoria. Têm valor de uso e, mesmo quando não ocorre “realização imediata”, seu capital simbólico pode ser acumulado e convertido economicamente a qualquer tempo. Para Dantas (2011), essa realização se dá sobretudo por meio da propriedade intelectual. Sendo fundamental, ao processo de valorização e realização do capital, a redução do tempo de produção e circulação, o capitalismo informacional, buscando tal redução, investe não apenas na produção de mercadorias concretas com valor de troca, mas também na produção de símbolos (informação sígnica), que têm valor de uso, mas precisam de instrumentos (como os direitos de propriedade intelectual) que geram renda por meio do uso exclusivo (monopólio), para

realizar seu valor de troca. A lógica da valorização do produto artístico e da produção siginica, no entanto, não se aplicaria apenas às indústrias culturais, mas configuraria um elemento-chave para a valorização do capital em toda a economia (2008).

Por isso, inclusive, chama especial atenção a diferenciação, defendida pelo MinC, relativa à associação da economia criativa, obrigatoriamente, com a propriedade intelectual, consagrada pela ONU. Enquanto as definições desse órgão tomam por base a produção que resulta em significados simbólicos e em direitos de propriedade intelectual, o Plano da SEC buscou uma definição que deliberadamente descaracterizaria a propriedade intelectual como o principal ou único elemento definidor da dimensão econômica dos bens culturais e criativos.

Considerar que os setores criativos são aqueles cuja geração de valor econômico se dá basicamente em função da exploração da propriedade intelectual expressa uma percepção bastante restritiva posto que a propriedade intelectual não corresponde a um elemento obrigatório nem definidor único de valor dos bens e serviços criativos. (MinC, 2011, p. 21).

Assim, para a SEC, “a distinção mais significativa para a economia criativa deveria se dar a partir da análise dos processos de criação e de produção, ao invés dos insumos e/ou da propriedade intelectual do bem ou do serviço criativo” (MinC, 2011, p. 22).

Somente após fazer as ressalvas o MinC define então os setores criativos como “todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica” (MinC, 2011, p. 22).

Na visão de gestores daquele Ministério, a prerrogativa de vinculação entre propriedade intelectual e cultura excluiria do escopo dessa economia as festas populares e outras expressões culturais que não são protegidas por propriedade intelectual e que possuem papel relevante para a economia cultural brasileira. Como vimos, Paula Porta tivera a mesma preocupação, embora, por isso mesmo, tenha optado por adotar o conceito de economia da cultura, em vez do de economia criativa.

O conceito [de economia criativa] original é amarrado à ideia de propriedade intelectual. E não poderia ser diferente. Porque ele surge num momento particular da economia da Grã-Bretanha. Também em um momento muito peculiar da vida política da Inglaterra, que é quando o Partido Trabalhista se relança politicamente, então a economia criativa aparece como uma grande grife naquele momento. Mas a rigor não trazia nada de muito novo. Reorganizava, do ponto de vista das políticas do governo inglês, um conjunto de setores sob esse guarda-chuva, mas ancorando o conceito em elementos daquilo que a gente pode chamar de velha economia, em um modelo rígido de propriedade intelectual. Essa iniciativa que Cláudia capitaneou foi interessante porque permitiu repensar isso. No *Plano da Secretaria* há uma

discussão de ordem conceitual que desamarrou [o conceito] da ideia de propriedade intelectual, o que no nosso caso é muito importante, porque existe uma área de fazer cultural no Brasil que não é autoral. Toda a produção cultural comunitária, as celebrações, as festas, são manifestações coletivas, ainda que a música da festa possa estar coberta pelo direito autoral. E são momentos da vida cultural brasileira extremamente importantes, inclusive do ponto de vista econômico. As celebrações públicas, carnavais, festas juninas, tudo isso dá lugar a uma economia da festa que do jeito original ficava perdido.

[...]

Creio que estamos ainda num momento de amadurecimento do conceito. É preciso tomar cuidado, porque, diante da maneira como a ideia se desenvolveu no sistema ONU, e em várias agências internacionais em todo o mundo, não dá pra dizer “não gosto desse conceito, não quero esse conceito, não vou trabalhar com ele”. Eu acho que a nossa obrigação a essa altura do campeonato é mergulhar nessa discussão pra produzir a melhor leitura brasileira possível do que deva ser esse conceito, uma releitura dele. (MIGUEZ, 2013, em entrevista à autora)

Além das preocupações com a inclusão de expressões culturais não protegidas por propriedade intelectual, devidamente explicitadas, essa desvinculação respondia a uma preocupação de legitimidade e mostrou-se hábil do ponto de vista político.

O contexto em que o *Plano da Secretaria* foi construído era caracterizado por uma intensa polêmica em torno de direitos autorais. Depois de oito anos de gestão de um Ministério da Cultura simpático a políticas de acesso a bens culturais, liderado pelos ex-ministros Gilberto Gil e Juca Ferreira, Anna de Hollanda assumira a pasta dando claros sinais de ruptura com as políticas antes desenvolvidas e de retrocesso em relação à proposta de revisão da lei de direito autoral e principalmente de supervisão, pelo Estado, do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad). Promoveu também a descontinuidade de uma série de programas e editais. A nova diretriz trazia de volta à cena central, como principal público-alvo do Ministério, os artistas, os criadores, bem como a cultura como bem de consumo, contrastando com ênfase dada, nos anos anteriores, ao acesso à cultura como direito<sup>37</sup>.

---

37 Os discursos de posse são emblemáticos dessa questão: os dos ex-ministros Gilberto Gil (disponível em <<http://tinyurl.com/discurso-posse-Gil>>) e Juca Ferreira (disponível em: <[http://zimbres.blogspot.com.br/2009/04/por-uma-cultura-nova\\_30.html](http://zimbres.blogspot.com.br/2009/04/por-uma-cultura-nova_30.html)>) mencionavam não apenas a importância de se “investir nas condições de criação e produção” (GIL, 2003) e de colocar “as artes como prioridade nessa fase” (FERREIRA, 2008), como também enfatizavam o direito de acesso à cultura e a necessidade de equilíbrio entre políticas de fomento à produção e de promoção do direito à cultura. Segundo Ferreira (2008), “não há possibilidade de a gente pensar apenas na relação direta que o Ministério tem de atendimento das demandas do segmento artístico sem pensar também nesse compromisso de desenvolver o conjunto dos brasileiros e disponibilizar acesso à cultura para todos os brasileiros”. Já o discurso de Anna de Hollanda (disponível em <<http://www.culturaemercado.com.br/politica/discurso-de-posse-de-ana-hollandaministra-da-cultura>>) marcava a retomada de ênfase no artista (“Visões gerais da questão cultural brasileira, discutindo estruturas e sistemas, muitas vezes obscurecem – e parecem até anular – a figura do criador e o

Era estratégico, portanto, evitar que o debate sobre economia criativa caísse na vala dos polêmicos direitos autorais, para que fossem possíveis avanços do ponto de vista político e institucional naquele contexto. Vincular uma coisa a outra e entrar no mérito se o plano de economia criativa visaria aos modelos de negócios “alternativos”, baseados no livre acesso aos bens culturais, ou às cadeias produtivas tradicionais poderia conduzir o planejamento a impasse e isolamento, visto que colocaria a Secretaria, à época nem ainda formalmente criada, em uma situação desconfortável com a ministra, caso decidisse pela ênfase na livre fruição da cultura, ou com boa parte dos interlocutores simpatizantes da visão desenvolvimentista de Cláudia Leitão, caso se optasse por reafirmar os modelos de negócios tradicionais das indústrias, fortemente calcados em propriedade intelectual<sup>38</sup>.

Cláudia Leitão, em seus discursos e declarações públicas sempre evitou a polêmica em torno dos direitos autorais, apontando ser contrária a posições extremas e esquivando-se de aprofundar sua visão ou adotar uma posição relativa a essa questão. Leitão diplomaticamente conseguiu apoio dos mais diversos setores, constituindo-se ponto relativamente neutro durante a gestão de Anna de Hollanda.

A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria e, por isso, desconcerta os modelos econômicos tradicionais, pois seus novos modelos de negócio ainda se encontram em construção, carecendo de marcos legais e de bases conceituais consentâneas com os novos tempos. (MinC, 2011-2014, p. 24)

A mudança promovida no conceito chama a atenção por se destacar da trajetória do MinC: enquanto Nolasco e Miguez admitem ter trabalhado de forma menos crítica com as concepções das organizações internacionais, Paula Porta buscou diferenciar-se delas adotando o conceito de economia da cultura, fazendo a mesma ressalva em relação à propriedade intelectual – estratégia que, no entanto, carecia de consistência, visto que definições com a de Throsby (2006), para economia da cultura, também orientavam-se pela existência de componentes de propriedade intelectual.

Com a releitura do conceito e os esforços para adaptá-los ao contexto brasileiro, a

---

processo criativo. [...] A criação vai estar no centro de todas as nossas atenções”) e no consumo (“[...] Cabe a nós alargar o acesso da população aos bens simbólicos. Porque é necessário democratizar tanto a possibilidade de produzir quanto a de consumir”).

38 Como veremos na próxima seção, no entanto, o Plano Brasil Criativo inclui, entre suas propostas, alterações de artigos específicos da lei de direitos autorais que iam, em sua maioria, na direção da criação coletiva, da ampliação das exceções e limitações e da proteção dos conhecimentos e expressões culturais tradicionais.

Secretaria buscou eliminar os ruídos e constituir um grupo de apoio, amplo e heterogêneo, que desse sustentação ao trabalho que se pretendia desenvolver. Essa redefinição procurava, portanto, em última instância, um reconhecimento institucional tanto por parte dos apocalípticos como pelos integrados, nos termos de Umberto Eco (2008). Ou, como vimos no segundo capítulo desta dissertação, buscou ampla credibilidade tentando responder, ao mesmo tempo, aos anseios dos otimistas e às preocupações dos céticos (McCHESNEY, 2013), encontrando amparo de autores críticos da academia e estímulo de consultores entusiastas da suposta “nova economia”. A diversidade de visões e opiniões, assim, daria aos Planos da Secretaria, mais um ponto de apoio.

Além de tentarmos criar um conceito amplo – e este conceito não troca em *copyright* – dolosamente ele não toca. Não é esquecimento. Tudo aquilo foi pensado. E foi pensado como polifônico. Tanto é que o textos que estão ali naquele *Plano [da Secretaria]* que vão da Lala Deheinzelein à Ana Carla Fonseca Reis, Bolaño e Tania Bacelar, Pablo Ortellado, está todo mundo ali. (LEITÃO, 2014, em entrevista à autora).

Construídas as bases necessárias para avançar, a Secretaria deu início, ainda em 2011, à construção do Plano Brasil Criativo.

### 3.2.2 O Plano Brasil Criativo

O Plano Brasil Criativo, desenvolvido ao longo do período em que Cláudia Leitão esteve à frente da Secretaria de Economia Criativa (2011-2013), é um documento inédito, tendo circulado entre órgãos do governo e seus colaboradores. A ex-Secretária compartilhou o documento com esta autora em fevereiro de 2014, viabilizando uma análise da política almejada pelo MinC naquele período. Ressalte-se aqui o termo “almejada”, uma vez que, até o momento, não foi tornada pública nenhuma decisão de implementá-la da maneira como se planejou.

O Plano resulta de mais de um ano de articulação interna no âmbito do governo federal para a construção de uma política integrada por diversos ministérios com o objetivo de tornar o referido plano uma diretriz da Presidência em lugar de ações executadas exclusivamente pelo Ministério da Cultura.

Foi em 15 de setembro de 2011, três meses após sua nomeação como Secretária, que Leitão apresentou a proposta do Plano Brasil Criativo para a presidenta Dilma Rousseff e recebeu seu incentivo para levá-la adiante. Entre essa data e o dia 08 de novembro de 2012,

quando ele foi entregue para a apreciação da ministra da Cultura, a equipe da Secretaria de Economia Criativa construiu o Plano em diálogo com outros ministérios e órgãos públicos federais, demais secretarias pertencentes e entidades vinculadas ao MinC, e alguns potenciais parceiros da iniciativa privada, como se verá adiante. No total, foram realizadas 77 reuniões, cujas respectivas pautas devidamente listadas destinaram-se ao desenvolvimento do Plano interministerial, incluindo uma oficina de validação com especialistas e a de entrega do Plano Brasil Criativo à então ministra Marta Suplicy.

Trata-se de uma proposta de política detalhada ao longo de 145 páginas, que recupera acúmulos desenvolvidos no “*Plano da Secretaria de Economia Criativa: 2011-2014*”, mas não se limita a eles. Este teve por objetivo apresentar o planejamento interno daquela Secretaria e da sua equipe, com o apoio de acadêmicos e consultores, e sistematizou um processo de definição conceitual do tema e uma estratégia de atuação para a Secretaria. Já o Plano Brasil Criativo é uma proposta de política de governo, que exigiria o compromisso de todos os parceiros para viabilizar sua execução.

O Plano Brasil Criativo traz uma apresentação geral, definição conceitual, justificativa, objetivos, público-alvo, parceiros do plano, os problemas diagnosticados, dados relativos à economia criativa, além dos eixos de atuação, detalhamento das ações, metas, recursos necessários à sua implementação, um cronograma contemplando a realização da maioria das ações até 2014 e a previsão de alguns programas até 2022, modelos de governança e textos de referência.

Amplamente e audacioso, a implementação do Plano envolveria a participação de estados e municípios, de mais de quinze ministérios, além de instituições como: universidades públicas, Fundação Nacional do Índio (Funai), Ipea, CNPq e Capes, Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), BNDES, IBGE, Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero), Correios, bancos públicos, Sistema S (Senai, Senac, Sebrae, Sesc etc.), organizações como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e associações empresariais, como a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) e a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca).

Tratava-se de uma proposta de programa integrado, complexo e articulado, de tal forma que o Plano foi para a Casa Civil para ser debatido e costurado com demais órgãos de governo. O esforço, construído ao longo dos dois anos em que Cláudia Leitão foi Secretária

de Economia Criativa, hoje é letra morta, segundo fontes do Ministério da Cultura. Os motivos para que o Plano tenha sido engavetado podem ser muitos – e a própria ex-secretária afirmou não ter todos os elementos necessários para responder a essa pergunta<sup>39</sup>. Ao longo da análise do Plano, serão levantadas algumas questões para a reflexão sobre quais podem ter sido os obstáculos à sua implementação.

A Secretaria de Economia Criativa reuniu-se com secretarias pertencentes ao MinC, como a Secretaria de Audiovisual, a Secretaria de Políticas Culturais, a Secretaria-Executiva do Ministério, a Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural, a Secretaria de Articulação Institucional; e com instituições vinculadas a ele: Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Cultural Palmares, Fundação Nacional das Artes (Funarte), Fundação Biblioteca Nacional (BN), a Fundação Casa de Rui Barbosa, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram).

Entre os ministérios, a equipe manteve reuniões com a Casa Civil, com o Ministério do Turismo, o Ministério das Cidades, o Ministério de Ciência e Tecnologia, o Ministério da Educação, o Ministério do Desenvolvimento Agrário, o Ministério do Desenvolvimento de Indústria e Comércio Exterior, o Ministério das Comunicações, o Ministério do Desenvolvimento e Combate à Fome, a Secretaria do Tesouro Nacional, o Ministério do Trabalho e Emprego e o Ministério de Integração Nacional.

Como afirmamos há pouco, o Plano foi construído também em diálogo com representantes do setor privado, do setor financeiro, e de empresas públicas, envolvendo parcerias e reuniões com o Banco do Brasil, o Banco da Amazônia, o Bando Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), e o Grupo Gerdau.

O número e a diversidade de agentes que o Plano envolveu denota sua complexidade. Se, por um lado, dá mostras de ter sido pensado de forma a construir uma política integrada (e não setorial), por outro, a grande interdependência pode ter sido um dos obstáculos à sua implementação. Apesar de se pretender não setorial, o Plano permaneceu vinculado essencialmente à Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura, sem que a Casa Civil, por exemplo, o incorporasse à sua agenda, o que seria justificável dada a abrangência

---

<sup>39</sup> Em entrevista à autora em fevereiro de 2014.

de suas ações. Além disso, diante da saída de Cláudia Leitão do Ministério e aparente abandono pelo MinC, nenhum outro órgão assumiu a frente de buscar implementá-lo, total ou parcialmente, ainda que alguns ministérios tenham levado a cabo a execução, de forma isolada, de ações previstas no Plano.

### **3.2.2.1 Objetivo, o público-alvo e as ações do Plano Brasil Criativo**

Com o objetivo geral de “promover a produção, distribuição e consumo de riquezas resultantes da Economia Criativa Brasileira, reconhecendo-a como vetor estratégico para o desenvolvimento do país, através da integração e potencialização de políticas públicas de quinze ministérios” (MinC, 2012), o Plano visava incentivar os setores “cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (MinC, 2012, p. 10). Tendo por público-alvo “micro, pequenos e médios empreendimentos (individuais ou coletivos)”, “trabalhadores ou potenciais trabalhadores dos setores criativos” e “povos populações da diversidade cultural” (idem, p. 19), quando apresentado à ex-ministra Marta Suplicy, em novembro de 2012, o Plano trazia uma breve descrição de 86 ações a serem desenvolvidas pelo governo, sendo 71 delas previstas para os anos de 2013 e 2014.

Os eixos de atuação foram divididos em: a) produção de informação e conhecimento sobre a economia criativa; b) formação para profissionais e empreendedores criativos; c) fomento a empreendimentos criativos; d) criação e adequação de marcos legais para a economia criativa; e) institucionalização da economia criativa.

O campo descritivo das ações segue com uma separação por “dimensões do Plano”, entre as quais se encontram a) a dimensão territorial: territórios criativos; b) dimensão setorial: Cria Brasil, esta subdividida em “atividades culturais” (patrimônio cultural e natural, artesanato, gastronomia, artes cênicas, artes visuais), “indústrias culturais” (audiovisual, cinema e vídeo, jogos digitais, música, literatura e mercado editorial; c) criações funcionais, entre as quais estão moda, *design*, arquitetura. Por fim, ainda associado a uma ação (construção de uma marca-país) está um “projeto transversal” aos demais programas denominado “Marca Brasil Criativo”, que tem como um dos objetivos difundir nacional e internacionalmente a cultura brasileira como uma grande riqueza do país, por meio da



formulação de uma política de circulação e exportação de “produtos criativos” nacionais.

Não cabe aqui listar, uma a uma, as 86 ações do Plano, mas serão apresentadas considerações sobre algumas delas, a partir dos eixos de atuação.

O primeiro diz respeito à produção de informações e dados sobre economia criativa e suas metas de ação incluem também sua difusão. Proposta para ser realizada em parceria com a Capes, o CNPq, o IBGE, o Ipea e a FCRB, o Plano propõe a criação do Observatório Brasileiro de Economia Criativa, a criação da conta-satélite da Cultura (cujo debate sobre ela teve início em 2004, quando Paulo Miguez era secretário no MinC) e a formação de 27 Observatórios Estaduais de Economia Criativa.

No eixo de formação para profissionais e empreendedores criativos, destacam-se ações em parceria com o Ministério do Trabalho e a criação de cursos de formação continuada, no âmbito do Programa Nacional de acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), cursos profissionalizantes, criação do programa Pró-Brasil e de cursos de especialização em parceria com a Capes, cursos com a Rede Centro Vocacional Tecnológico e certificação para os profissionais da área da cultura, além de formação para gestores públicos, seminários universitários, a formação de uma rede de articulação junto aos institutos federais de ensino tecnológico e formação livre em gestão de projetos e empreendimentos criativos.

O mais extenso dos eixos, relativo ao fomento a empreendimentos criativos, conta com a criação de linhas de crédito junto ao Fundo Nacional de Cultura; investimento em micro e pequenas empresas “criativas” em parceria com o Banco do Brasil; ofertas de microcrédito; internacionalização do comércio de bens e serviços criativos brasileiros, em parceria com a Apex-Brasil; fomento a plataformas digitais de redes e coletivos, orientadas à comercialização de produtos; fomento à criação de incubadoras de empreendimentos do setor, bem como a parques tecnológicos; criação da “Rede Criativa Brasil”, que vem a ser uma rede integrada de escritórios estaduais de apoio às atividades de economia criativa, em parceria com os estados e a criação de 27 escritórios chamados “Criativa Birôs”; criação de uma plataforma para articulação da rede de economia criativa brasileira e apoio à sustentabilidade dos Pontos de Cultura.

No eixo de institucionalização da economia criativa, encontra-se a proposta de pautar o tema e multiplicar as ações por meio do Sistema Nacional de Cultura, um trabalho de articulação com os estados e municípios que tivessem aderido àquele Sistema.

Entre as ações desvinculadas de um prazo estão, principalmente, aquelas vinculadas ao Poder Legislativo, ou seja, as propostas de criação e adequação de marcos legais dos setores ou ações relacionadas à implementação da lei, tal como a promoção de abertura do mercado de TV paga a novos concorrentes, tendo em vista a Lei nº 12.485/2011, que tem como um de seus objetivos a entrada de novos agentes econômicos na comunicação audiovisual de acesso condicionado no Brasil. Essa lei estabelece que todos os “canais de espaço qualificado” deverão exibir ao menos três horas e meia de programação nacional semanalmente. Ainda no campo da legislação e sem sinalização de prazo, encontram-se sete ações referentes a propostas de regulamentação de atividades profissionais – a serem realizadas em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego, mais especificamente a de chefe de cozinha, de designer, de costureira, de palhaço, de ensino de dança nas academias, de produção cultural e de artesanato.

Entre as articulações com o Poder Legislativo encontra-se também a alteração da Lei Complementar nº 123/2006, referente ao Estatuto de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, por meio da alteração da resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional nº 77/10, visando à inclusão das seguintes atividades profissionais no critério de tributação do Simples: a de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores; a de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; a de design e de serviços de arquitetura. Também faria parte da estratégia ampliar o Simples da cultura incluindo ali moda, jogos, animação e produção cultural.

Outras duas medidas no campo da regulamentação tributária dizem respeito à desoneração dos agentes econômicos: a primeira, na importação de bens e equipamentos sem similares nacionais necessários aos setores de design, arquitetura, jogos, cinema e animação, por meio da inclusão desses itens na lista de ex-tarifários do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; a segunda seria a redução do imposto de renda sobre o lucro presumido, e da CSLL, do PIS e da Cofins para as produtoras culturais e de eventos, analogamente ao tratamento dado às agências de publicidade.

Apesar dos esforços de desvincular propriedade intelectual da definição conceitual de economia criativa, a Secretaria não se furtou de incluir, no Plano Brasil Criativo, a tramitação do Projeto de Lei que revisava o marco regulatório do direito autoral. Ressaltava, entre os aspectos que deveriam ser alterados, a inclusão de dispositivos que definam critérios para

revisões contratuais (tais como lesão, onerosidade excessiva e inexperiência); de incentivo à adoção de licenças no lugar de contratos de cessão total; a criação de mecanismos de gestão coletiva de obra audiovisual; a ampliação das limitações e exceções dos direitos autorais (harmonizando esses direitos com o direito de defesa da concorrência e direito do consumidor). É importante ressaltar que essas alterações vão no sentido de aumentar o poder e a proteção dos autores em relação aos distribuidores e ao grande capital; visam, ainda, ampliar o direito de acesso, em benefício de toda a sociedade e limitando as medidas de proteção ao autor. Outras alterações na lei destacadas no Plano vão no sentido de aumentar a proteção de obras produzidas por setores hoje não protegidos, como os designers (e o estímulo à criação de cooperativas desses profissionais para a exploração comercial de suas criações) e os detentores de expressões culturais e conhecimentos tradicionais. O Plano incluiu também a aprovação do Procultura que, como vimos, alterava a Lei Rouanet.

O Plano propõe, assim, ações de regulamentação de algumas carreiras, investimento estatal no monitoramento, levantamento de dados, coordenação e apoio direto aos chamados setores criativos, com ações de desoneração tributária e simplificação da gestão de novos negócios. Uma combinação de papéis de estado regulador, de um lado, e de incentivo à iniciativa privada, de outro, tendo em vista o pequeno e médio empreendedor, já que o Plano deixa claro que as ações propostas não miram a grande indústria (embora, como veremos à frente, há uma seção, destinada às indústrias culturais, em que não se distingue o porte das empresas).

Na seção de “dimensões”, o Plano propõe a implementação da “Rede Brasileira de Cidades Criativas”, atribuindo essa chancela aos municípios que implementassem uma metodologia que incluía o mapeamento de festas e celebrações e a promoção do turismo, a articulação com cursos de formação continuada e o Pronatec. A política priorizaria em 2014 as cidades-sede da Copa do Mundo. Destaca-se também a criação de cinco bacias criativas, que consistiriam em territórios interestaduais que guardam articulação socioeconômica em torno de bacias hídricas, e a construção de planos de desenvolvimento para esses territórios. As bacias selecionadas para dar início ao programa eram as de Alto Solimões, Araripe, Centro-Oeste, Jequitinhonha e Missões, contemplando um total de 668 municípios. Outra proposta da seção era a promoção da competitividade e da sustentabilidade dos arranjos produtivos locais (APLs) intensivos em cultura, o que incluía a elaboração de planos de desenvolvimento

produtivos em 27 APLs, um por unidade da federação. A definição de APLs é destacada no início do Plano como “aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco em um conjunto específico de atividades econômicas, que apresentam vínculos, mesmo que incipientes” (MinC, 2012, p. 11). A peculiaridade da ideia de APL está amarrada à delimitação territorial, “a partir das dimensões socioeconômica, físico-territorial, político administrativa e simbólico-cultural” (MinC, 2012, p. 11). Os APLs intensivos em cultura são caracterizados pela vocação produtiva predominante de bens e serviços culturais.

As dimensões setoriais estão separadas em três grandes grupos: atividades culturais (que incluem patrimônio cultural e natural e as comunidades indígenas, quilombolas etc., o artesanato e a gastronomia; as artes cênicas, que englobam dança, teatro e artes circenses; e as artes visuais), as indústrias culturais (que contemplam o audiovisual, cinema e vídeo, TV por assinatura, animação, jogos digitais, música, literatura e mercado editorial) e as criações funcionais (subgrupo que reúne a moda, a arquitetura e o design). Para as indústrias culturais, estavam previstas especialmente ações de incentivo à exportação, diagnósticos, catalogações, festivais de música e fomento à produção independente ou que valorizem a cultura brasileira (nas áreas de animação, jogos eletrônicos, livros e distribuidores de audiovisual brasileiros). Diversas ações já previstas por outros órgãos, como a Ancine ou o próprio Ministério da Cultura. A única ação relacionada à televisão era o fomento à produção de conteúdo por empresas brasileiras, visando à promoção da abertura do mercado da TV por assinatura a novos concorrentes, com base da Lei nº 12.485/2011, que estabeleceu cotas mínimas de produção brasileira e independentes no canais de televisão de acesso condicionado.

Por fim, está a criação da Marca Brasil Criativo, considerado um projeto transversal ao Plano.

O objetivo desse projeto é construir, difundir e consolidar no imaginário nacional e internacional o vigor e a riqueza da diversidade cultural brasileira. Para isso, identifica, valoriza e reconhece produtos, serviços, cidades, empreendimentos, empreendedores que se nutrem dessa diversidade, ao mesmo tempo que a retroalimentam, produzindo novas tecnologias sociais e inovação. Nesse sentido, a Marca Brasil Criativo se traduziria em três produtos específicos, vinculados às diretrizes que fundamentam o Plano: a diversidade, sustentabilidade, inclusão social e inovação. (MinC, 2012)

A criação de uma marca para o conjunto de ações e eventos relacionados à economia criativa parece sintetizar o sentido do Plano como um todo: aumentar o valor simbólico da cultura brasileira nos planos nacional e internacional, de forma difusa e transversal aos

diversos setores cobertos pelo Plano, fazendo do país, ele próprio, um produto da criatividade. Os “dividendos” dessa valorização se multiplicariam em escala, resultando em desenvolvimento nacional e aumento do poder de barganha do Estado brasileiro no cenário internacional.

### 3.2.2.2 A visão de desenvolvimento e Celso Furtado

A Secretaria de Economia Criativa procurou, nos dois planos que criou, apresentar uma proposta de política de governo para o desenvolvimento. Assim, apresentadas não como políticas culturais, mas como vetores para o desenvolvimento, tiveram forte inspiração nas formulações de Celso Furtado sobre cultura e desenvolvimento (MinC, 2011). Além de economista, Furtado era bem visto no mundo das artes e foi levado ao cargo de Ministro da Cultura por intelectuais, artistas e economistas (FURTADO, 2012), permanecendo no governo de 1986 a 1988. Obras como *Criatividade e dependência na civilização industrial* e *Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura*, republicados em 2008 e 2012 respectivamente (mas escritos desde os anos 1970) mostram que o economista já articulava questões como tecnologia, criatividade, economia, desenvolvimento, acumulação, cultura e padrão de consumo, bem como o papel do Estado na formulação e na execução das políticas culturais e no desenvolvimento.

Daí a importância, entre nós, do conceito de identidade cultural, que enfeixa a ideia de manter com nosso passado uma relação enriquecedora do presente. [...] Devemos ter sempre em mente o objetivo de preservar o gênio inventivo da cultura brasileira diante da assimilação de técnicas que, se aumentam a nossa eficácia, são por vezes vetores de valores que podem mutilar nossa identidade cultural. Em síntese, em uma sociedade democrática, na qual se amplia o horizonte de aspirações de cidadania, tornando-se mais complexo o processo de desenvolvimento, já não basta intensificar a acumulação; mais importante ainda é abrir espaço à participação e ativar a criatividade; é possibilitar o desenvolvimento cultural partindo do pressuposto da própria identidade e do nutrir-se de raízes próprias. (FURTADO, 2012, p. 77)

Embora Celso Furtado acreditasse na importância do Estado para o desenvolvimento, foi na sua gestão do Ministério da Cultura que surgiu a primeira iniciativa de lei de incentivo no Brasil, a Lei Sarney. Na ocasião da aprovação da legislação, Celso Furtado declarou:

Atendendo às aspirações da sociedade civil no sentido de caminhar com seus próprios pés, livre da contestada tutela do Estado, a Lei Sarney é um desafio para que a própria cidadania assuma as atividades culturais. Seu espírito descentralizador transfere para a sociedade a iniciativa dos projetos, a mobilização dos recursos e controle da aplicação.

Cria-se, assim, um vínculo entre a comunidade e os agentes culturais locais sem a interferência ou o monitoramento do Estado. Evita-se a tutela de autoridades distantes. (FURTADO, 2012, p. 84-85)

O contexto, no entanto, era o de um país recém-saído das amarras da ditadura militar, caracterizado por censura, autoritarismo e forte dirigismo, como discutido no começo deste capítulo. Além disso, vê-se um ideal de integração entre comunidades e agentes culturais que se tornou, ao longo do tempo, uma relação regida pelos critérios e *modus operandi* do capital, pelas regras do mercado.

O ideário da Secretaria de Economia Criativa e dos planos por ela formulados emprestam de Furtado os conceitos de desenvolvimento e criatividade, considerando-os extremamente atuais, mas adaptando-os para os dias de hoje. As referências ao economista são mais presentes no *Plano da Secretaria*, em que se pode ler uma exposição mais detalhada de objetivos e justificativas. Nele, Cláudia Leitão afirma:

Celso Furtado lutou durante toda a sua vida por um desenvolvimento desconcentrador, fundamentado na diversidade cultural regional brasileira. E, por isso, foi um crítico inclemente das sociedades capitalistas e 'de sua forma sofisticada de controle da criatividade e de manipulação da informação'. O que afligia Furtado era a consciência de que 'a estabilidade das estruturas sociais não igualitárias estaria diretamente relacionada ao controle por grupos privados dos bens de produção da criatividade artística, científica e tecnológica e do fluxo de informações que brota dessa criatividade.' Grande defensor da inovação, o economista acentuava, no entanto, a necessidade de que o progresso tecnológico caminhasse paripasso com o acesso desses produtos a camadas mais amplas da sociedade brasileira. (LEITÃO in MinC, 2011)

Ao trazer o pensamento de Furtado para o século XXI, o *Plano da Secretaria* sustentou a necessidade de ações voltadas para a economia criativa como resposta à exaustão do modelo de desenvolvimento baseado na industrialização tradicional em um Brasil que se reconhece apenas como exportador de *commodities*, e não de bens e serviços de “alto valor agregado”. Apesar de aparentes novidades na relação entre economia, ciência e tecnologia e bens e serviços caracterizados por seu valor simbólico e sua dimensão cultural, Furtado já apontava o mesmo na década de 1980:

[...] De maneira geral, todas as formas de criatividade humana podem ser postas a serviço da acumulação. Contudo, aquelas cujos resultados são acumulativos por natureza - quer dizer, a ciência e a tecnologia - são as que melhor satisfazem as exigências de tal processo, o que as faz merecer o lugar privilegiado que ocupam na civilização industrial. (FURTADO, 2012, p. 45-46)

Os setores de tecnologia e ciência já tinham clareza do valor econômico de suas atividades e investiam em *lobby* para obtenção de recursos para seu crescimento, bem como

em barreiras de acesso ao conhecimento sobre o que era produzido, impedindo a concorrência de dele se beneficiar.

Todos estão preocupados, dentro de qualquer laboratório, em esconder o que estão fazendo, hoje em dia, porque cada passo pode levar a projeções no campo da pesquisa & desenvolvimento, com implicações econômicas. Assim, é o subproduto econômico que valoriza a pesquisa. Daí surge o *lobby* de gente dos negócios, da tecnologia e da ciência, que atua em todos os países para obter mais recursos dos governos. (FURTADO, 2012, p. 77)

Assim, trinta anos depois, o que Claudia Leitão fez foi retomar a agenda de Celso Furtado com uma nova roupagem. No entanto, depois de exonerada, não mais reconhecia espaço para a visão de desenvolvimento que a havia motivado na construção do Plano Brasil Criativo:

[...] se estamos dizendo que o século XXI é o século em que o conhecimento, o conteúdo cultural, a ciência e a tecnologia reinarão, então teríamos que ter ministérios em que essa compreensão estivesse colocada. E governos que compreendessem que o velho modelo de desenvolvimento ainda está aí (e me parece cada vez mais presente no governo Dilma)... que compreendessem que, em nome de hidrelétricas e das estradas, comunidades indígenas e comunidades quilombolas foram destruídas. Me parece que o Brasil está vivendo um retrocesso em termos de modelo de desenvolvimento. (LEITÃO, 2014, em entrevista à autora)

### 3.2.2.3 Textos de referência

Os textos de referência, encontrados ao final do documento, vão da página 91 à 140, reunindo autores de diferentes formações e tendências ideológicas: a própria Cláudia Leitão; Márcia Rollemberg, Secretária da Diversidade e da Cidadania Cultural do Ministério da Cultura, Jurema Machado, ex-coordenadora de cultura na Unesco no Brasil e, atualmente, presidente do Iphan; César Bolaño, professor da Universidade Federal de Sergipe e pesquisador consagrado da economia política da comunicação e da cultura; Edna dos Santos-Duisenberg, à época coordenadora do Programa de Economia Criativa da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – Unctad; Luiz Barretto, presidente do Sebrae; Luciano Coutinho, presidente do BNDES; Tarcísio Pequeno, pesquisador do CNPq e ex-presidente da Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap); Luiz Antonio Gouveia de Oliveira, diretor de desenvolvimento e monitoramento da Secretaria de Economia Criativa; Antonio Albino Canelas Rubim, Secretário de Cultura do estado da Bahia; Pablo Ortellado, professor na Universidade de São Paulo e coordenador do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (Gpopai); Luciana Lima

Guilherme, então diretora de empreendedorismo, gestão e inovação e Maria Suzete Nunes, à época coordenadora geral de ações empreendedoras, ambas da Secretaria de Economia Criativa; e Tania Bacelar de Araújo, economista e especialista em planejamento global pela Comissão Econômica para a América Latina (Cepal).

Tão diferentes personalidades compõem um mosaico capaz de dialogar com distintos interlocutores, das mais variadas linhas de pensamento. A Secretaria de Economia Criativa do MinC apostou na diversidade de visões para construção do Plano. Com isso, tinha potencial para ganhar apoio de diferentes setores da academia e das políticas públicas, mas, por outro lado, é possível notar que as perspectivas por trás de cada um desses autores varia bastante. Ainda assim, deve-se destacar o esforço de dar legitimidade a uma proposta que, se não passou por um processo de consulta pública, ouviu diferentes especialistas ao longo de todo o processo.

Permeiam todos esses textos justificativas de por que o Plano Brasil Criativo e a criação da Secretaria de Economia Criativa se fazem importantes para o desenvolvimento do Brasil. Esta é a tônica da maioria deles. Os porquês, no entanto, variam bastante.

É possível identificar em muitos uma visão de que o Brasil, ao longo dos oito anos do governo Lula, foi capaz de dar outra relevância aos aspectos culturais e ampliar o escopo de bens culturais, assim como das expressões artísticas e do patrimônio histórico, atingindo uma maior diversidade de expressões culturais, incluindo a valorização étnica e os conhecimentos tradicionais, as comunidades quilombolas, ribeirinhas, extrativistas, grãos, e a cultura digital. E a perspectiva de que, a partir do primeiro mandato do governo Dilma, seria necessário, possível e desejável avançar rumo a uma perspectiva da cultura como eixo para o desenvolvimento, fazendo-se referência não poucas vezes a Celso Furtado.

O texto de Edna dos Santos-Duisenberg (MinC, 2012, p. 109-110) destoa um pouco dos demais neste sentido. À época, à frente do Programa de Economia Criativa da Unctad, Edna ressalta, bem mais do que os outros autores desses textos de referência, a dimensão de negócios em torno de atividades culturais e artísticas. Diferentemente deles, que procuram destacar o aspecto do direito à diversidade cultural e ao desenvolvimento, a autora afirma que a “criatividade não é privilégio exclusivo de artistas” e que se trata de “campo vasto e heterogêneo, que inclui desde o artesanato e festas da cultura popular até os serviços mais intensivos em tecnologia como a arquitetura, design e pesquisa científica”. Aponta ainda que



“o importante é o processo de transformação de ideias e conhecimento em bens tangíveis ou serviços intangíveis dotados de conteúdo criativo, valor cultural e econômico, e objetivos de mercado”. Ressalta também, diferentemente da definição utilizada no Plano, o aspecto da propriedade intelectual, ao afirmar que a economia criativa “encapsula as indústrias criativas, que englobam o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como principais insumos”.

Por outro lado, Márcia Rollemberg (MinC, 2012, p. 99-100), então Secretária da Diversidade e da Cidadania Cultural do MinC, não apenas recupera os programas Cultura Viva e Brasil Plural como políticas que reconheceram e valorizaram “a diversidade e a capacidade dos fazedores de cultura, das lideranças étnicas, dos mestres, dos griôs, dos povos e das comunidades tradicionais” e afirma que se trata de uma política que, “partindo da valoração da nossa rica matriz cultural e da dimensão simbólica da produção cultural que dela emerge, fomenta, também, a inteligência coletiva das redes sociais e os conhecimentos que lhe são inerentes”. Para Rollemberg,

toda essa política tem, em seu alicerce, a compreensão de que a diversidade cultural é muito mais que um ativo para o desenvolvimento: é também, e fundamentalmente, um passivo de desigualdade histórica a ser mitigada com ações inclusivas, corretivas e renovadoras de modelos de futuro. A partir daí, entendemos que o investimento na dimensão econômica da cultura reflete incondicionalmente o desafio ético da superação da miséria no maior número de direções possíveis (MinC, 2012, p. 100).

Outro autor que propõe a aplicação de uma lógica não mercadológica para o Plano Brasil Criativo é César Bolaño (MinC, 2012, p. 104-105). O pesquisador recupera Furtado para trazer à reflexão a visão do ex-ministro acerca da economia e que dá elementos à sua argumentação.

A Economia, sempre foi, para ele, meio para atingir o objetivo maior do 'verdadeiro desenvolvimento', que supõe a construção da autonomia cultural, condição essencial para a superação do atraso. O que se perseguirá, em última instância, é a substituição da lógica dos meios, da acumulação e do valor, pela lógica dos fins e dos valores fundamentais, da identidade nacional e das diversas identidades que a compõem.

E assim foi a sua atuação à frente do Ministério da Cultura, quando criou, por exemplo, num país recém-saído do dirigismo estatal próprio do período autoritário, uma lei de incentivo à cultura via isenção fiscal cujo objetivo não era outro senão abrir as comportas de criatividade, colocando, por usar a distinção braudeliana, o mercado a serviço da cultura e não a cultura a serviço do capital, como viria a ocorrer logo em seguida, quando, precisamente ao contrário do que defendia o grande economista, instaura-se o economicismo, condensado na máxima 'a cultura é um bom negócio'. (BOLAÑO, in MinC, 2012, p. 104)

O autor reconhece então os avanços resultantes dos esforços empreendidos pelo

IBGE na criação de uma “conta-satélite da cultura” e propõe que o Plano Brasil Criativo não se restrinja a pensar a economia da cultura como uma “ciência positiva”, mas que trate de se dedicar ao que denomina “economia política da cultura em todas as suas dimensões, o que requer explicitar as contradições que estão na base das assimetrias ligadas ao conjunto dos processos de produção, distribuição-circulação-difusão e consumo-fruição dos bens culturais” (MinC, 2012, p. 104).

Nesse sentido, Antonio Albino Rubim (MinC, 2012, p. 137-138) evidencia que a economia criativa, em si, não é garantia de desenvolvimento, de democracia e, tampouco, de diversidade cultural e de desconcentração do capital. Antes de mais nada, Rubim aponta o “modismo” da expressão economia criativa, provocado pelo caráter que assume enquanto algo novo, ao afirmar que “muitas vezes estas novas denominações adquirem um acentuado poder de sedução, pois encantam pela novidade”, e assinala que elas acabam sendo usadas por atores sociais que “não retêm os sentidos mais precisos e inspiradores destas novas modalidades de designação”. Para ele, o que há de mais interessante na economia criativa é o fato de ela “expressar a crescente importância do simbólico na produção e determinação do valor, mesmo de bens tidos como materiais”, apontando para o “processo de 'culturalização' da mercadoria” (MinC, 2012, p. 137).

O desenvolvimento do simbólico na economia contemporânea ocorre através de diferentes dispositivos: seja pela expansão acelerada das chamadas indústrias culturais e, mais recentemente, das tecnologias da informação; seja pelo transbordamento do simbólico para esferas antes nomeadas com bens e serviços materiais. Hoje, importam como fontes de realização do valor, por exemplo: grifes, marcas, modas, design, regiões certificadas, propriedade intelectual. (RUBIM, in MinC, 2012, p. 137)

Rubim, assim, introduz um olhar crítico ao uso indiscriminado e essencialmente otimista provocado pelo crescente emprego da expressão economia criativa entre aqueles que a adotaram, relativização particularmente importante em um documento voltado às políticas públicas que se pretendem democratizantes.

Reconhecer a conexão existente entre o termo economia criativa e a contemporânea relevância econômica do simbólico não pode significar um deslumbramento, sem mais, com esta circunstância, inferindo daí automaticamente um caráter emancipador, justo, igualitário, sustentável e desconcentrador da 'nova' economia. (RUBIM, in MinC, 2012, p. 137)

A impressão que se tem, por meio da leitura de seu texto é a de que o pesquisador não escreve apenas para um eventual cidadão que viesse a ler o Plano, mas para todos os

gestores que teriam acesso a ele – a fim de despertar uma visão crítica da utilização do termo.

Sem dúvida, tais dimensões [justiça, igualdade, sustentabilidade, desconcentração] podem ser apontadas na economia criativa, mas sempre apenas como potencialidades, que podem ou não ser desenvolvidas a depender de como se resolvem os conflitos próprios da sociedade capitalista globalizada em que vivemos e das correlações de forças que se constituam na sociedade. Esquecer as contradições e imaginar uma ingênua harmonia, na qual as potencialidades automaticamente se realizam, significa cair em um determinismo que desconhece a história como escolha das possibilidades a ser construída, cotidianamente, pela atuação de homens e mulheres.

Deste modo, necessário se faz não só perceber as potencialidades inscritas – ainda não realizadas, nem automáticas – na economia criativa, mas lutar para que o seu desenvolvimento aconteça orientado por valores como: socialização das oportunidades, expansão das liberdades, desconcentração dos empreendimentos, sustentabilidade, respeito à diversidade cultural, construção colaborativa, justiça social, solidariedade, democratização da sociedade, etc. (RUBIM, in MinC, 2012, p. 137)

Enfim, ele não nega as necessidades de se criarem novos modelos de negócios e de se repensar processos de produção, distribuição e circulação, consumo e o uso de tecnologias, tendo em vista a construção de uma nova estrutura e criando novos marcos regulatórios, que objetivem o desenvolvimento social e econômico justo e culturalmente diverso, mas ressalta que o neoliberalismo tem produzido o oposto disso, por meio de desemprego, injustiças sociais, violência e aumento da desigualdade. Assim, parece acreditar que um plano de economia criativa pode, sim, contribuir para uma sociedade mais democrática sem, no entanto, pressupor que ela, por definição, leva a isso.

Conforme vimos anteriormente, embora o conceito que orientou o Plano desfizesse a vinculação obrigatória de direitos de propriedade intelectual à economia criativa, não se deixou de admitir que, em muitos casos, esse direito desempenha relevante papel em diversos setores dessa economia. De modo que é surpreendente verificar que um único autor, entre aqueles que tiveram contribuições publicadas no Plano, levantou, em um breve texto, questões sobre direito autoral. O professor da Universidade de São Paulo, Pablo Ortellado (MinC, 2012, p. 136), em cinco parágrafos, argumenta que o direito autoral é um dos elementos mais eficazes de regulação e intervenção na cultura e na criatividade, uma vez que sua dimensão patrimonial define, ao mesmo tempo, a “distribuição de dividendos” advindos da economia da atividade cultural, artística e criativa, e os benefícios sociais decorrentes dela. De um lado, por meio do direito exclusivo de exploração da obra, os contratos entre autores, intermediários e consumidores são estabelecidos a partir do marco legal dos direitos autorais. De outro, a

legislação define os limites e exceções desse direito de propriedade, garantindo a fruição e utilização das obras pela sociedade – não apenas para fins de educação e lazer, mas também como alimento à própria criação, ou seja, como insumo ao processo criativo: “como o processo criativo é cíclico, com a produção se alimentando do consumo, um regime de direito autoral equilibrado precisa prever com clareza os usos livres que alimentarão a criação” (ORTELLADO, 2012, p. 136).

O autor argumenta, ainda, que a ampliação de acesso a computadores e à internet representaria a socialização dos meios de produção e de distribuição, nas mãos de um número cada vez maior de pessoas, provocando conseqüentemente uma maior diversidade de criadores e de criações, abrindo espaço para transformações na distribuição de renda advinda desses processos produtivos.

Recentemente, os processos econômicos que são regulados pelo direito autoral foram revolucionados pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Essas tecnologias socializaram os meios de produção (os computadores), baratearam todo o processo produtivo e criaram novos meios de distribuição e promoção (internet). Os novos processos produtivos aumentaram a diversidade de autores e obras, ampliaram as possibilidades de consumo do público e redefiniram os padrões de partilha dos dividendos econômicos. Neste momento, há uma pronunciada tensão entre a lei de direito autoral ajustada a um padrão tecnológico anterior e as formas emergentes de produção, distribuição e consumo da cultura nos meios digitais. (ORTELLADO, 2012, p. 136)

Apesar de ser a única contribuição relativa a propriedade intelectual no Plano Brasil Criativo, outros artigos sobre o tema haviam sido publicados no *Plano da Secretaria*, por acadêmicos como Allan Rocha e Marcos Wachowikz. Neles, os autores argumentam: 1) a necessidade de revisão da lei de direitos autorais, com a perspectiva de que o acesso a bens culturais seria a porta de entrada para a criação cultural, sendo portanto, ele mesmo, uma condição fundamental para o estímulo à criação (ROCHA, in MinC, 2011); 2) que a propriedade industrial (marcas coletivas, indicação geográfica e desenho industrial) poderia ser propulsora de arranjos produtivos locais, desde que se estabelecessem condições democráticas e acesso ao registro e debates públicos sobre os critérios e procedimentos de concessão (ROCHA, in MinC, 2011); 3) a importância de se criar marcos regulatórios para a proteção dos conhecimentos e expressões culturais tradicionais (ROCHA, in MinC, 2011); 4) que se faz necessário um marco regulatório que vise ao “equilíbrio dos interesses privados dos autores e os interesses públicos da coletividade” (Wachowikz, in MinC, 2011); 5) a necessidade de se criar incentivos a modelos de negócios não baseados na “escassez artificial”

produzida pelo regime jurídico (Wachowikz, in MinC, 2011); 6) a necessidade de não se visar apenas ao desenvolvimento econômico, mas também de basear-se em “princípios de sustentabilidade e de inclusão social/cultural/tecnológica” (Wachowikz, in MinC, 2011); 7) a necessidade de se equilibrar o poder dos distribuidores e dos autores. Como vimos, tais argumentos foram incorporados no Plano Brasil Criativo, por meio do destaque a algumas mudanças na lei de direitos autorais.

#### **3.2.2.4 O fim do Plano Brasil Criativo**

Cláudia Leitão deixou o Ministério, em setembro de 2013, sem conseguir colocar em prática o Plano Brasil Criativo. Entre as ações realizadas até então, estão o Observatório Brasileiro da Economia Criativa (Obec), o prêmio da Economia Criativa e deu início à implantação de escritórios estaduais de apoio à economia criativa (Criativa Birô). A SEC realizou também o lançamento de dois editais, no valor total de R\$ 6.100.000,00 (seis milhões e cem mil reais), voltados ao “desenvolvimento da Economia Criativa brasileira por meio do apoio financeiro à qualificação profissional e ao surgimento de novos empreendimentos nos setores criativos” (MinC, 2013).

Apesar de anunciar que “o Plano Brasil Criativo afirma e assume, nesse documento, as bases de sua estruturação e os compromissos com sua implementação” (LEITÃO, in MinC, 2012, p. 8), após a saída de Leitão, o Plano, como tal, foi descontinuado, mantendo a tradição do Estado brasileiro de instabilidade, como vimos no início deste capítulo. Embora não tenha se furtado de revelar as ideias do Plano Brasil Criativo publicamente, a ex-secretária afirmava, em maio de 2012, tratar-se ainda de um documento sigiloso, visto que não fora aprovado internamente pelo governo. Colocar o tema da economia criativa no centro do debate do governo evidentemente cumpria uma função estratégica e, para isso, era necessário construir uma política articulada com outros órgãos e ministérios. Por outro lado, costurá-la internamente sem colocá-lo à disposição do público pode ter contribuído para que o Plano, com o advento da substituição do gestor encarregado, fosse relegado ao esquecimento, sem acúmulo e cobrança dos setores interessados. Sem implementar processos de consultas públicas, a exemplo das realizadas por ocasião da formulação do Plano Nacional de Cultura e das revisões da lei de direito autoral e da lei Rouanet, a Secretaria não conquistou aliados, na sociedade civil, comprometidos com os interesses do Plano Brasil Criativo. Com a saída de

Leitão do Ministério, não houve, nem há sinais de que haverá, no futuro, qualquer pressão social para implementação daquelas políticas. Cláudia Leitão saiu do Ministério com a sensação de ter perdido uma disputa:

Eu tentei fazer essa disputa e perdi. E hoje me dou conta de que fui muito ingênua. A professora foi para a Secretaria, como um dia foi para a Secretaria de Cultura do Ceará. No Ceará eu tive mais sorte, porque o estado está mais próximo do território. Brasília está longe de tudo. Numa tentativa de se trabalhar uma economia do simbólico como nós imaginávamos, desde o início, transversal, nunca essa temática poderia ser tratada apenas pelo Ministério da Cultura. O MinC precisaria culturalizar os outros ministérios – e coordená-los. Seria preciso ter um Ministério da Cultura forte, que não fosse periférico. E que, ao mesmo tempo, tivesse coragem de romper com uma lógica só das artes e trazer essa reintegração para pensar a indústria de games, do cinema. Nós teríamos que avançar num MinC integrado num sistema. O Ministério não é integrado. Quando a gente fala em sistema MinC, a gente quer acreditar que há ali uma conexão, mas cada autarquia e agência tem sua lógica. Não há diálogo nem a construção de políticas integradas. Ora, se o sistema não se integra pra dentro, como é que ele vai se integrar para fora? Acredito que teremos possibilidade de liderar a discussão da economia criativa, disputar esse campo conceitual, esse campo metodológico, transformar esses relatórios, construir novas cestas de indicadores, avançar numa economia do micro e do pequeno, trabalhar a lógica da cultura de redes, no momento em que nós tivermos a compreensão de que essa economia é transversal e que ela é cada vez menos setorial e mais territorial. Essa lógica de trabalhar setor por setor, essa abstração do setor é absurda. (LEITÃO, 2014, em entrevista à autora)

Entre as possíveis razões para a não implementação do Plano Brasil Criativo está a falta de autonomia da Secretaria de Economia Criativa para executá-lo, traduzida em grande dependência política e orçamentária de outros órgãos e ministérios. Cabe lembrar que o Plano começou a ser construído em 2011, mas ficou pronto apenas no final de 2012, quando a lei orçamentária já havia sido enviada ao Congresso Nacional. Assim, até o período de execução do orçamento de 2013, não teria sido possível coordenar a inclusão de recursos destinados às ações do Plano nos mais diversos ministérios. Mas, mais que isso, o discurso da ex-secretária revela que não havia uma compreensão, por parte do governo, de que o Plano era importante.

É possível notar que, apesar disso, algumas ações previstas no Plano foram executadas, ao menos parcialmente. Isso porque a Secretaria incluiu nele propostas já existentes no conjunto do governo – muitas não dependentes do MinC. Assim, alterações no sistema tributário das microempresas foram realizadas, embora não se tenha ampliado o “Simples da Cultura” na extensão que se pretendia<sup>40</sup>. As “Criativas Birô”, redominadas

---

40 O Plano Brasil Criativo previa a inclusão, no Simples da Cultura, de moda, design, *games*, artistas plásticos, jornalistas independentes, escritores, atividades de organizações associativas, serviços de arquitetura, animação e produção cultural. Dentre esses, a Lei Complementar nº 147, de 2014, incluiu, não necessariamente sob a mais baixa das cargas tributárias, jogos eletrônicos, desde que desenvolvidos em estabelecimento do optante, serviços de arquitetura, jornalistas e design. Produção cultural e artística, artes

“Incubadoras Brasil Criativo”, foram implementadas em treze estados<sup>41</sup>. O Procultura seguiu sua tramitação e encontra-se no Senado.

Algumas omissões no Plano Brasil Criativo também foram percebidas e chamam a atenção: em relação ao vale-cultura, instituído pela Lei nº 12.761 de dezembro de 2012, e às Praças de Esportes e Cultura (PEC), agora denominadas Centros de Artes e Esportes Unificados (CEUs), ambos bandeiras do MinC que, embora não dependessem da Secretaria de Economia Criativa para serem implementados (assim como outras ações listadas), mantinham relação muito estreita com a economia do setor. É o caso também, como se verá nas considerações finais, do Plano Nacional de Banda Larga, que tem potencial de promover alto impacto na circulação de bens culturais em todo o Brasil e ao qual não há uma menção.

---

cênicas e produção cinematográfica tinham sido incluídas pela lei complementar nº 128 de 2008, e suas cargas tributárias reduzidas pela Lei complementar nº 133 de 2009, conhecida como Simples da Cultura.

41 Rede Incubadoras Brasil Criativo. Disponível em: <<http://culturadigital.br/brasilcriativo/rede-de-incubadoras-brasil-criativo>>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano Brasil Criativo, ao menos em teoria, visou promover os setores produtores de cultura, buscando, no entanto, contemplar também interesses coletivos e direitos difusos. Torna-se difícil, no entanto, avaliar as reais possibilidades de se equilibrar, na prática, as tensões e concretizar materialmente um arranjo que buscava aliar distintas visões sem que ele tenha tido a chance de ser implementado.

O texto de Rubim no Plano Brasil Criativo instiga, explicitamente, um diálogo com os mais críticos e céticos do papel determinante da economia criativa para a democratização da sociedade. Assim, as questões por ele levantadas vão ao encontro do que Celso Furtado já afirmava, em 1986, sobre o papel Estado no desenvolvimento:

A nossa economia é dotada de grande vitalidade, mas o verdadeiro desenvolvimento - se entendermos por tal a elevação do nível de vida do conjunto da população - depende, entre nós, de um projeto politicamente conduzido. Ao Estado cabe mais do que abrir espaços para que atuem as forças do mercado. Tarefa não menos importante é introduzir modificações estruturais que corrijam a tendência à concentração da renda e da riqueza. (FURTADO, 2012, p. 63)

Os princípios elencados para a economia criativa pela Secretaria de Economia Criativa – diversidade cultural, sustentabilidade, inclusão e inovação, democracia e direitos humanos –, bem como o público-alvo escolhido para o Plano (micro, pequenos e médios empreendimentos individuais ou coletivos, trabalhadores dos setores criativos e populações da diversidade cultural) sinalizaram o objetivo e a vontade de construir uma política que promovesse direitos e que, em última análise, contribuísse para a desconcentração do capital, ao estimular os pequenos produtores.

No entanto, precisamos refletir sobre as condições materiais existentes para que, a despeito das intenções e preocupações de todos aqueles que contribuíram com a construção do Plano Brasil Criativo, esses objetivos fossem alcançados.

Apesar de declaradamente não ter por foco as grandes empresas, não se vê, no Plano, uma distinção clara entre trabalhadores, micro, pequenos e médios empreendimentos, no que diz respeito às suas condições sociais, poder econômico e de *lobby*. Vale ressaltar que empresas de médio porte são aquelas que, na indústria, possuem entre 100 e 499 funcionários e, no setor de serviços e comércio, de 50 a 99 funcionários, ou aquelas que possuem um faturamento anual superior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais), de



acordo com o IBGE. Desde 2011, para fins de concessão de crédito, o BNDES considera empresa média aquela que possui uma receita operacional bruta superior a R\$ 16.000.000,00 (dezesesseis milhões de reais) e inferior a R\$ 90.000.000,00 (noventa milhões de reais)<sup>42</sup>. Assim, o trabalhador assalariado, o trabalhador autônomo e o empresário com faturamento de milhões de reais são tratados pelo Plano sem clara distinção, podendo levar-nos à conclusão de que aquelas políticas podem resultar em um fortalecimento do pequeno capitalista, sem alterar, ou alterando pouco, as condições de vida do trabalhador da cultura. Por um lado, transformado em microempresário, o ex-assalariado passa a operar segundo a lógica do capital. Por outro, deve-se admitir que, tomando como parâmetro as condições bastante precárias dos trabalhadores da cultura e da grande maioria dos artistas (exceto as grandes “estrelas”, minoria nesse universo), ações previstas como a possibilidade de se rever contratos de direitos autorais, a inclusão no Super simples de mais atividades culturais, de capacitação para gestão de empreendimentos e contratos, o fomento à produção nacional e independente, a regulamentação de uma série de profissões, poderiam contribuir para a melhoria das condições de vida desses profissionais, individualmente. Isso, no entanto, não significa que se tornem trabalhadores com direitos sociais e se trata de uma discussão bastante delicada, uma vez que, do ponto de vista da conquista dos direitos dos trabalhadores, pode representar um retrocesso.

[...] é preciso ainda se avançar muito, porque apesar dessa contribuição do Ministério, 99% das coisas que se dizem e se fazem sobre isso trafegam na profundidade de um pires. Inclusive com um tipo de celebrações em torno da questão da economia criativa extremamente perigosas. Por exemplo, ouvi que na economia criativa você não tem mais a coisa do emprego clássico. Eu acho que precisamos olhar para isso com cuidado. Porque emprego é uma conquista social, é uma obrigação do Estado, emprego traz consigo um conjunto de elementos que conformam a cobertura social da vida do trabalhador, que também é resultado de longas lutas no trabalhador no Brasil e fora do Brasil. Celebrar o fim do emprego é perigoso. Porque quando você olha para a cultura, o não emprego, a regra geral é a precariedade. Não é autonomia. E aí começa a haver uma confusão entre esses conceitos, juntar com empreendedorismo, que é outro conceito mal tratado – porque o empreendedor não é o indivíduo que abre uma empresa, quem abre empresa é capitalista. Empreendedor é aquele que, de alguma forma, vai fazer algo que não era feito ou, ao menos, vai fazer de uma forma diferente, na figura clássica do Shumpeter. E se banalizou isso. O cara monta uma barraquinha pra vender alguma coisa e vira um empreendedor criativo. Essa conformação é perigosa porque acaba, na ponta, sugerindo a criação de políticas que não são efetivamente aquelas que uma

---

42 BNDES modifica classificação de porte de empresa. Site do BNDES, publicado em 23/06/2010 e acessado em 01 de outubro de 2014. Disponível em: [www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Sala\\_de\\_Imprensa/Noticias/2010/institucional/20100622\\_modificacao\\_porte\\_empresa.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2010/institucional/20100622_modificacao_porte_empresa.html).

economia criativa precisaria ter para se desenvolver de forma consistente e não alcança praticamente nada dessas pessoas. (MIGUEZ, 2013, em entrevista à autora)

Celebrações em torno do microempreendedor individual (MEI)<sup>43</sup> como a grande saída para o problema da informalidade, instabilidade e precariedade das condições de trabalho na cultura parecem ser bastante limitadas no sentido dos direitos sociais. O mecanismo lhe garante a possibilidade de manter contratos com outras organizações (como qualquer outra empresa), ao mesmo tempo em que terá direito à aposentadoria. Assim, a figura do microempreendedor individual é uma resposta às péssimas condições em que os trabalhadores se encontravam diante da crescente terceirização no setor de serviços, e não uma real melhoria nas condições de trabalho, em comparação com os direitos trabalhistas adquiridos ao longo de décadas. Um estudo feito em um arranjo produtivo local de tecnologias da informação, em Londrina (PR), mostrou que a divisão do trabalho com base no fortalecimento das microempresas e dos microempreendedores individuais, naquele caso, aumentou a precarização:

Assim, diferentemente da perspectiva oficial, os resultados demonstram que, no caso em questão, reitera-se, ao invés de dirimir, a precarização do mercado de trabalho, visto que as microempresas tendem a sediar os processos mais simples presentes nas cadeias de valor das corporações desenvolvedoras de tecnologias avançadas. Ou seja, justamente aquelas atividades que estão mais sujeitas às vulnerabilidades laborais postas pela mobilidade que o grande capital ganhou com a globalização da economia.

Isso ocorre porque a atual integração flexível das cadeias de produção, em sua articulação global - local, exige não apenas uma reestruturação produtiva e nas relações de trabalho internas às empresas, mas também o remodelamento das bases sociais, econômicas, geográficas e institucionais que servem de suporte a essa integração. Em outras palavras, exige um arranjo que extrapole a esfera da produção e se estenda a toda a sociedade através de políticas específicas que incentivem e atendam ao novo padrão de acumulação e competição capitalista. (WOLFF, 2014)

A aparente liberdade obtida com a transformação do trabalhador da cultura em um pequeno empresário pode, finalmente, significar a contramão da diversidade cultural. Embora livre da mais-valia de um empregador, o empreendedor da cultura precisa encontrar compradores de seus serviços e as regras do mercado poderão acabar prevalecendo sobre a liberdade artística e cultural. Não se deve supor, no entanto, que apenas o grande capital é capaz de contratar serviços de pequenos empreendedores e que o resultado será

---

43 O microempreendedor individual é uma modalidade da Lei de micro e pequenas empresas que permite a um indivíduo ter um CNPJ, por baixo custo e com um grau de burocracia reduzido, quando comparado à administração de uma empresa. Destacam-se, entre as facilidades, a ausência de necessidade de um contador, os baixos impostos e a simplificação do processo de contribuição à previdência social.

inevitavelmente a homogeneização da produção cultural. Mas não se pode tomar por certo, também, que a proliferação de “fornecedores” artísticos resultará, inequivocamente, em diversidade cultural. Assim, formar as condições para que mais trabalhadores criativos ingressem no mercado da cultura não representa garantia de aumento da diversidade cultural necessariamente. Para isso, será necessário criar condições para a ampliação da difusão, circulação e comercialização.

A omissão ao Plano Nacional de Banda Larga, no Plano Brasil Criativo, é também sintoma relevante. Como vimos no capítulo 2, um dos fatores-chave na formação do valor de um bem cultural é a produção da audiência. Uma das mudanças propiciadas pela internet foi ter transformado, em parte, o processo de formação da audiência. Embora os meios de comunicação de massa ainda desempenhem papel preponderante nesse quesito, a internet possibilitou a produção de audiências a um conjunto razoável de produtores de conteúdo cultural, intelectual e artístico que, antes, dependiam de atravessar gargalos impostos pela indústria cultural e pelos meios de radiodifusão. Dessa maneira, ao se acelerar o processo de formação da audiência, de forma independente da indústria editorial de caráter oligopolístico (como vimos no capítulo 2, a economia política da comunicação e da cultura define essa indústria como a dos setores da música, do audiovisual e literário), o mercado de artistas e produtores independentes encontrou condições de disputar essa audiência. A *Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 - Hábitos de Consumo de Mídia Pela População Brasileira*<sup>44</sup>, realizada em 2014 pelo Ibope a pedido da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, mostra que os brasileiros já passam mais tempo na internet do que assistindo à televisão. Considerando o fator tempo como um determinante central nos estudos de audiência, bem como em análises sobre a circulação do capital, a concorrência por tempo de audiência se dá também entre os meios de comunicação. Ainda que a internet possa representar uma oportunidade de produção de audiência para pequenos produtores, esse também é um mercado que se torna cada vez mais concentrado. A mesma pesquisa informa que o Facebook é o site mais utilizado: 67,1% dos que têm acesso à internet nos fins de semana visitam a rede social. Assim, para se produzir a audiência, é preciso buscar espaços na internet que concentrem audiência. A mercadoria que Facebook vende a anunciantes é o acesso à sua base de usuários (que são igualmente anunciantes, quando “promovem” uma

44 IBOPE. Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 - Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>>

publicação). A imensa presença de internautas nessa rede é, também, o que lhe atribui valor de uso, atraindo novos usuários que almejam atingir uma grande audiência. Em última análise, portanto, a diversificação e a proliferação de produtores artísticos, culturais, intelectuais, de bens simbólicos em geral, interessa – e muito – ao capital. Não necessariamente ao capital das grandes empresas do setor artístico – seja o cinematográfico, fonográfico ou a radiodifusão. Mas ao “novo” capital. Às empresas que passam a oferecer o atalho, a redução do tempo, para a produção de audiência.

Diante dessa configuração, o desafio de construir propostas que incentivem a produção cultural e que não alimentem o grande capital parece intransponível. Mesmo políticas que se pretendem democratizantes podem produzir efeitos perversos. Como vimos, desde a entrada de Gilberto Gil no Ministério, o MinC afirmou, diversas vezes, seu compromisso com a diversidade cultural. Mesmo com um conjunto de medidas (como os Pontos de Cultura, que deram mais visibilidade a setores antes não legitimados pelo Estado e a proposta de reforma da Lei Rouanet, que visava equilibrar as forças no mercado cultural, entre outras) que pretendiam valorizar a diversidade cultural e regional, bem como promover a redistribuição do capital da cultura, concentrado nas mãos de poucos privilegiados, o que se vê é uma intensa concentração na região Sudeste, em especial nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, dos recursos de incentivo fiscal, como veremos adiante. Outro exemplo de política cultural que revela contradições é o vale-cultura, que pode resultar em uma maior concentração de audiência. Benefício concedido pelo empregador ao trabalhador que recebe até cinco salários mínimos, o vale-cultura deve ser utilizado exclusivamente no campo dos serviços e bens culturais, no limite de R\$ 50,00 por mês. Não entraremos na polêmica, que durou cerca de um ano, sobre quais serviços e bens seriam ou não culturais e, portanto, passíveis de serem consumidos por meio do vale-cultura<sup>45</sup>. Proposto inicialmente no período de Juca Ferreira, o vale-cultura busca estimular o crescimento da demanda e do acesso a bens e serviços culturais. Longe do dirigismo cultural, de que foi acusado o MinC em função da proposta de reforma da Lei Rouanet, quem decide onde utilizar o vale-cultura é o trabalhador.

---

45 O eixo da polêmica era em torno de jogos eletrônicos e televisão por assinatura. Games não são cultura, diz Marta Suplicy. Info. Publicado em 14/03/2013. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/games/noticias/2013/03/games-nao-sao-cultura-diz-marta-suplicy.shtml>> e SACCHITIELLO, Barbara. Vale Cultura pode ser usado para a TV Paga. Meio e Mensagem. Publicado em 06/08/2014. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/08/06/Vale-Cultura-pode-ser-usado-para-a-TV-paga.html>>

O resultado ainda não pode ser conferido, visto que a lei encontra-se em fase de implementação e não há estudos sobre seus impactos. No entanto, é de se supor que grande parte dos valores gastos por meio do vale-cultura acabe resultando em maior faturamento da indústria cultural, *strictu sensu*, do grande capital. Uma política como essa, no meio de outras que visavam ampliar a diversidade cultural, inserir mais artistas independentes no mercado, e garantir acesso à cultura pela sociedade como um todo, tem um significado. Ela adquire outro, no entanto, quando é aprovada e sancionada isoladamente. Não parece ser mera coincidência o fato de se ter conseguido aprovar o vale-cultura, enquanto as reformas da Rouanet e da lei de direitos autorais ainda enfrentam obstáculos para sua aprovação, sobretudo a última. A resistência às reformas estruturantes mostrou-se grande e contou com apoio do capital<sup>46</sup>, que buscou interferir nos eixos que lhe são cruciais. No entanto, como vem se efetivando a correlação de forças nessa disputa carece de mais estudos

Interesses aparentemente contraditórios encontram mais sinergia do que se pode imaginar. No período estudado, é possível identificar muitas conquistas para o setor cultural, área hoje mais valorizada do que o era dez anos atrás. Ao mesmo tempo em que interessa, ao capital, o aumento da produção cultural (inclusive o da produção independente), pois alimenta a indústria da informação como um todo, é também do interesse de toda a sociedade, e sobretudo dos artistas e produtores de cultura, mais investimentos nesse setor. Nesse contexto, o crescimento do orçamento do Ministério da Cultura é notório. No ano de 2013, o MinC executou um valor que representou quase nove vezes a verba executada em 2003. Corrigido pelo índice IPC-A do IBGE, o valor de R\$ 398.709.117 gasto em 2003 corresponderia hoje a R\$ 749.892.386<sup>47</sup>. Considerando a inflação de 88% registrada pelo IBGE nesse período, portanto, o Ministério da Cultura teria, em dez anos, multiplicado seu orçamento executado por 4,5. O maior salto se deu entre 2012 e 2013. A diferença entre 2003 e 2012 foi de 2,77, considerando valores corrigidos.

Apesar disso, o setor de cultura ainda reivindica mais: movimentos culturais defendem um orçamento equivalente a 2% das receitas federais advindas de impostos. A proposta de

---

46 As indústrias culturais fizeram *lobby* junto ao governo e ao Congresso Nacional para evitar as reformas que não eram de seu interesse.

47 A correção dos dados para valores atuais foi realizada utilizando-se a calculadora do cidadão desenvolvida pelo Banco Central do Brasil e disponível em:  
<<https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADA0/publico/exibirFormCorrecaoValores.do?method=exibirFormCorrecaoValores&aba=1>>

emenda constitucional (PEC) nº 150/2003, apresentada inicialmente pelo então deputado federal, pelo Pará, Paulo Rocha, estabelece que o governo federal deve alocar pelo menos 2% da receita arrecadada em impostos na cultura, dos quais 25% seriam repassados aos estados, 25% aos municípios e o restante ficaria com o governo federal. A PEC está para ser votada desde então, tendo já tramitado na Comissão de Cultura da Câmara, que solicitou a inclusão da matéria na ordem do dia em setembro de 2013<sup>48</sup>.

**Tabela 2**  
**Orçamento do Ministério da Cultura**

Ano	LOA (R\$)	Executado (R\$)	Dif. entre LOA e execução (%)	Crescimento LOA (%)	Crescimento execução (%)
2003	388.570.321	398.709.117	-29,29%		
2004	464.455.882	464.455.882	-14,16%	19,53%	45,11%
2005	633.168.766	542.635.256	-14,30%	36,32%	36,1%
2006	714.735.396	661.165.746	-7,50%	12,88%	21,84%
2007	915.789.102	823.493.582	-10,08%	28,13%	24,55%
2008	1.155.621.695	982.563.166	-14,98%	26,19%	19,32%
2009	1.361.018.190	1.222.185.504	-10,20%	17,77%	24,39%
2010	2.232.085.302	1.497.314.209	-32,92%	64%	22,51%
2011	2.096.358.607	1.644.705.224	-21,54%	-6,08%	9,84%
2012	2.130.549.414	1.964.609.509	-7,79%	1,63%	19,45%
2013	3.559.122.433	3.387.770.611	-4,81%	67,05%	72,44%

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados das Leis Orçamentárias Anuais (LOA) do período 2003-2012.

No entanto, como dito acima, esses recursos são mal distribuídos, considerando-se a valorização regional da cultura. Levantamento<sup>49</sup> feito, em 2011, pela Diretoria de Desenvolvimento e Avaliação de Mecanismos de Financiamento do Ministério com dados do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (Salic), mostra que 76,7% dos recursos aprovados pelo Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) foram destinados a projetos da região Sudeste, dos quais 53,7% de São Paulo e 33,8% do Rio de Janeiro; assim, 87,5% do total da região destinaram-se às cidades da ponte-aérea. Em 2010 e 2009, a região mais rica

48 Câmara dos Deputados. PEC nº 150/2003 <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=131237>>

49 MinC (Secretaria de fomento e incentivo à cultura / Diretoria de desenvolvimento e avaliação de mecanismos de financiamento). Mecanismo de Incentivo. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10883/13170/Mecanismo-de-Incentivo-Fiscal-do-PRONAC.pdf/72996b45-97c4-443e-8268-38d1ee7cd199>>

do país concentrava, respectivamente, 78,4% e 74,4% dos recursos aprovados. Apesar de ser também a região mais populosa, o que poderia justificar tal distribuição, nela, a relação de valores por indivíduo era de 52,2 reais por habitante enquanto na região Sul era de 19,7, no Nordeste 7,7, 21 no Centro-Oeste e míseros 1,5 na região Norte em 2011.

Quando observamos os dados relativos à efetiva captação (ter o projeto aprovado pelo MinC não significa necessariamente lograr o seu financiamento), o Sudeste abocanhou 79,9% do valor investido pelo capital, enquanto o Sul ficou com 11,2%, seguido do Nordeste, com 5,2%, Centro-Oeste com 3% e a região Norte, mais uma vez na lanterna absoluta, recebeu 0,6% dos recursos empenhados pelas empresas em projetos culturais

Essa diferença na proporção de investimentos nas diferentes regiões não equivale às distintas densidades populacionais e de participação no PIB. Dados do IBGE<sup>50</sup> mostram que, em 2010, a população da região Norte representava 8,3% do total de brasileiros, contrastando com os 0,4% dos recursos aprovados e 0,6% do total de captados. Um contraste semelhante ocorre quando se compara com o PIB brasileiro, no qual a região tem participação de 5,3%, a região Nordeste de 13,5%, a região Sul de 16,5% e o Centro-Oeste, de 9,3%.

Seria justificável um incentivo maior a outras regiões, enquadrado em uma política compensatória que buscasse promover mais desenvolvimento em regiões econômica e socialmente mais vulneráveis, principalmente levando-se em consideração o discurso do MinC, de valorizar a cultura de todo o Brasil. Mas não apenas isso não ocorreu, como, ao fim e ao cabo, a seleção de projetos e o mercado acabaram por promover uma concentração ainda mais desigual dos recursos. A região sudeste foi a única que teve mais recursos aprovados em proporção superior à de sua densidade populacional e a de sua participação no PIB.

---

50 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Fonte: Censo Demográfico de 2010. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas\\_pdf/Brasil\\_tab\\_1\\_5.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf/Brasil_tab_1_5.pdf)>

**Tabela 3**  
**Índice de participação no Pronac**

	<b>Recursos aprovados</b>	<b>Recursos captados</b>	<b>População (%)</b>	<b>Participação no PIB</b>	<b>(R\$ / hab) / aprovados</b>	<b>(R\$ / hab) / captados</b>
Sudeste	76,7%	79,9%	42,1%	55,4%	52,2	13
Sul	9,9%	11,2%	14,4%	16,5	19,7	5,3
Centro-Oeste	5,4%	3,0%	7,4%	9,3%	21	2,7
Nordeste	7,5%	5,2%	27,8%	13,5%	7,7	1,3
Norte	0,4%	0,6%	8,3%	5,3%	1,5	0,5

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados de levantamento sobre mecanismos de incentivo feito pela Secretaria de fomento e incentivo à cultura / Diretoria de desenvolvimento e avaliação de mecanismos de financiamento e nos dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Assim, é possível afirmar que, apesar das declaradas intenções do MinC, de produzir a valorização da cultura das periferias (FERREIRA, 2008), o que se viu foi o aumento da concentração de recursos para a cultura no sudeste. O mesmo ocorreria com as políticas para economia criativa?

Ao longo desta dissertação, foi possível ver que tem havido, sobretudo no Brasil, um esforço de reconceituação em torno das expressões economia da cultura e economia criativa, tendo em vista as características da produção cultural nacional. No entanto, esse esforço tem sido insuficiente para

Os desafios colocados para o desenvolvimento de políticas culturais que promovam a descentralização, a desconcentração, a sustentabilidade e a diversidade cultural, bem como a materialização do direito de acesso à cultura são muitos. Para superá-los, precisaremos aprofundar bastante ainda o entendimento sobre como o trabalhador cultural poderá se fortalecer diante do capital. Ao fim desta dissertação, emergem mais perguntas que respostas: quais os rumos para a diversidade cultural no sistema capitalista? Quais são os limites e as contradições das políticas culturais como elemento-chave para o desenvolvimento? As políticas de incentivo ao produtor independente são capazes de transformar as relações de trabalho desse mercado? Na perspectiva crítica da economia política da comunicação e da cultura, a valorização do capital simbólico e dos bens culturais não tem representado necessariamente uma alternativa ao capitalismo industrial. Ela tem se tornado a saída do



capital industrial, em busca de novos mercados para se reproduzir, impondo novos desafios aos trabalhadores da cultura e aos gestores das políticas culturais.

## REFERÊNCIAS

ALBORNOZ, Luis A. Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica. In: ALBORNOZ, Luis (org.). *Poder, medios, cultura: una mirada critica desde la Economia Política de la Comunicación*, Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 221-246.

BARBER, Benjamin. *Jihad x McMundo: como o globalismo e o tribalismo estão transformando o mundo*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

BARBOSA, Denis Borges. *O conceito de propriedade intelectual*. 2002. Disponível em: [http://denisbarbosa.addr.com/paginas/home/pi\\_pi.html](http://denisbarbosa.addr.com/paginas/home/pi_pi.html)

BASTOS, Elide Rugai; ABRUCIO, Fernando; LOUREIRO, Maria Rita Loureiro; REGO, José Marcio (orgs.) *Conversas com sociólogos brasileiros*. SP: Editora 34, 2006.

BELLUZZO, Luiz Gonzaga; PRADO, Luiz Carlos Delorme; KUPFER, David; OLIVEIRA, Francisco de; CARVALHO, Ricardo Ismael; OLIVEIRA, Adilson de. *Que país queremos? Propostas de desenvolvimento para o Brasil*, Rio de Janeiro: Centro Celso Furtado, 2010.

BENHAMOU, Françoise. *A economia da cultura*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.

BOLAÑO, César. *Indústria Cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*, Porto Alegre, Editora Zouk, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas simbólicas*. Introdução, organização e seleção Sérgio Micelli. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BUSTAMANTE, Enrique. La creatividad contra la cultura?. In: ALBORNOZ, Luis (org.). *Poder, medios, cultura: una mirada critica desde la Economia Política de la Comunicación*, Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 139-153.

BUTLER, Lynda L.. *The Commons Concept: An Historical Concept With Modern Relevance*. 23 Wm. &

Mary L. Rev. 835, 1982. Disponível em: <http://scholarship.law.wm.edu/wmlr/vol23/iss4/8>

COCCO, G.; GALVÃO, A. P.; SILVA, G. *Capitalismo cognitivo: trabalho, redes e inovação*. Rio de Janeiro: D P & A, 2003.

COSTA, Eliane. Tropicalizando a economia criativa: desafios brasileiros, na perspectiva das políticas culturais. In: COSTA, Eliane; AGUSTINI, Gabriela (Org.). *De baixo para cima*. Aeroplano Editora, 2014.

DANTAS, Marcos. Capitalismo na era das redes: trabalho, informação, valor no ciclo da comunicação produtiva. In: LASTRES, H; ALBAGLI, S. *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999. p. 216-261.

\_\_\_\_\_. *A lógica do capital-informação*. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

\_\_\_\_\_. Os significados do trabalho: produção de valores como produção semiótica no capitalismo informacional. *Trabalho, educação e saúde*, n. 1, v. 5, p. 9-50, 2007.

\_\_\_\_\_. Informação e trabalho no capitalismo contemporâneo. *Lua Nova*, n. 60, p. 5-44, 2003.

\_\_\_\_\_. Informação como trabalho e como valor. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, n. 19, p. 44-72, 2006.

\_\_\_\_\_. *A renda informacional*. In: 17º Encontro anual da Compós, 2008. São Paulo. Anais eletrônicos.

\_\_\_\_\_. Milionários nada por acaso: capital rentista e apropriação do trabalho artístico nas redes do espetáculo. *Eptic Online*, v. XIII, n. 2, maio-ago 2011. Disponível em: < <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/117/103>>

\_\_\_\_\_. *Trabalho com informação: valor, acumulação, apropriação nas redes do capital*. Rio de Janeiro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ (CFCH-UFRJ), 2012.

\_\_\_\_\_. Informação como trabalho e como valor, *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*. Rio de Janeiro, 2006, n. 19, p. 44-72.

DÉBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 1993.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Perspectiva, 2008.

FERREIRA, Lusia Angelete; MACHADO NETO, Manoel Marcos. *Economia da cultura: contribuições para a construção do campo e histórico da festão de organizações culturais no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2011.

FLICHY, Patrice. *The Internet Imaginaire*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2007.

\_\_\_\_\_. *Dynamics of Modern Communication: The shaping and the impact of new communication technologies*. Londres: Sage publications, 1995.

\_\_\_\_\_. *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1980.

FONTENELE, Isleide. *O nome da marca*. São Paulo: Boitempo, 2006

FURTADO, Celso. *Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura*. vol. 5 da série Arquivos Celso Furtado, organizado por Rosa Freire d'Aguiar Furtado. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

\_\_\_\_\_. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GIL, Gilberto; PORTA, Paula. *Economia da Cultura*. Publicado no jornal Folha de S.Paulo em 03/02/2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaio/fz0302200809.htm>>

GORGULHO, L. F. et al. *A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável*. In: BNDES Setorial, vol. 30, 2009, p. 229-335.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Ed. Loyola, 2012. (22ª edição).

HERSCHMANN, Micael. *Indústria da música em transição*. São Paulo: Estação das Letras, 2010. p. 35-36.

HESMONDHALGH, David; TOYNBEE, Jason (eds). *Neoliberalism, Imperialism and the Media In: The Media and Social Theory*. Abingdon and New York: Routledge, 2008.

\_\_\_\_\_. Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies* 13(1), 1999, 34 – 6.

KARAGANIS et al. *Media Piracy in Emerging Economies*. Nova York: Social Science Research Council, 2011.

KAUARK, Giuliana. O Ministério da Cultura e a Convenção sobre a Diversidade Cultural. Artigo apresentado no *Seminário Internacional Políticas Culturais: teoria e práxis*, 2010. Rio de Janeiro. Casa de Rui Barbosa.

LUKÁCS, G. *História e consciência de classe*. Porto: Publicações Escorpião, 1974.

LUZ, Afonso; FERRON, Fábio Maleronka; HERÊNCIA, José Luiz; SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sérgio. (org.). *Produção cultural no Brasil*, volume 5. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2010.

MARANHÃO, Ricardo (Org.). *Propriedade Industrial no Brasil: 50 Anos de História*. Apresentação: Lilian de Melo Silveira; coordenação: Ricardo Maranhão; redação: Carlos A.U. Dias; pesquisa: Gentil Garcia Jr. São Paulo: Associação Brasileira dos Agentes de Propriedade Industrial - ABAPI, 1998.

MARCHI, Leonardo de. Inovação e institucionalização na indústria fonográfica brasileira: Um estudo de caso das estratégias de negócio de músicos autônomos no entorno digital. In: *Revista de la Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, Vol. XIV, n. 2, maio-ago 2012. Disponível em: <[www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br)>

MARX, Karl; ENGLES, Friedrich. *O manifesto comunista*. Tradução de Maria Lucia Como. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998 – Coleção Leitura.

MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. Livro Primeiro, Volume 1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

\_\_\_\_\_. *O capital: crítica da economia política*. Livro Segundo, Volume 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

\_\_\_\_\_ *Grundrisse*: manuscritos econômicos de 1857-1858. Esboços da crítica da economia política. São Paulo: Boitempo, 2011.

MIGUEZ, Paulo. Aspectos de constituição do campo de estudos em economia da cultura. In: CRIBARI, Isabela. *Economia da cultura*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2009.

MIGUEZ, Paulo. Repertório de Fontes sobre Economia Criativa, Salvador, 2007. Disponível em: <[http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio\\_economia\\_criativa.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf)>

\_\_\_\_\_ Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007. Coleção CULT, 1. p. 96-97.

\_\_\_\_\_ Repertório de Fontes sobre Economia Criativa, Salvador, 2007. Disponível em: <[http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio\\_economia\\_criativa.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf)>

MinC. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. 2ª edição. Brasília: MinC, 2010. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/sai-a-segunda-edicao-do-cultura-em-numeros/>>

MIZUKAMI, Pedro Nicoletti. *Função social da propriedade intelectual: compartilhamento de arquivos e direitos autorais na CF/88*. Dissertação de mestrado concluída na Pontifícia Universidade Católica, São Paulo (PUC-SP), 2007.

MOISÉS, José Álvaro. *Pesquisa Economia da Cultura – Resumo*. Site do Ministério da Cultura, 1998. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/10/estudo-fund-joao-pinheiro.pdf>>

MOSCO, Vincent. La economía política de la comunicación: una tradición viva. In: ALBORNOZ, Luis (org.). *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 61-92.

OSTROM, Elinor; HESS, Charlotte. Introduction: an overview of knowledge commons. In: Hess, Charlotte; Ostrom, Elinor (orgs.). *Understanding Knowledge as a Commons: from theory to practice*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2007.

OSTROM, Elinor; Hess, Charlotte. A framework for analyzing knowledge commons. In: Hess, Charlotte; Ostrom, Elinor (orgs.). *Understanding Knowledge as a Commons: from theory to practice*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2007.

PARRA, Henrique; ORTELLADO, Pablo; RHATTO, Silvio (org.). *Movimentos em marcha: ativismo, cultura e tecnologia*. São Paulo: Publisher/Kernel, 2013.

PASQUINELLI, Matteo. Guerra civil imaterial: protótipos de conflito dentro do capitalismo cognitivo. In: *Revista Lugar Comum. Estudos de mídia, cultura e democracia*. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Laboratório Território e Comunicação – LABTeC/ESS/UFRJ – Vol 1, n. 1, (1997) – Rio de Janeiro: UFRJ, n. 25-26; maio-dez 2008. Disponível em: <[http://matteopasquinelli.com/docs/Pasquinelli Guerra Civil Imaterial.pdf](http://matteopasquinelli.com/docs/Pasquinelli_Guerra_Civil_Imaterial.pdf)>

PORTA, Paula. *Economia da Cultura: Um Setor Estratégico para o País*. In: *Economia da Cultura* <http://econiadacultura.blogspot.com.br>. Publicado em 01/04/2008. Disponível em: <<http://econiadacultura.blogspot.com.br/2008/06/economia-da-cultura-um-setor-estrategico.html>>

REIS, Ana Carla Fonseca. Envolvimento corporativo e desenvolvimento sustentável. In: CRIBARI, Isabela. *Economia da cultura*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2009.

REIS, Ana Carla Fonseca (org.). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. Itaú Cultural. São Paulo, 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Políticas Culturais do Governo Lula*. In: *Revista Lusófona de Estudos Culturais | Lusophone Journal of Cultural Studies* Vol. 1, n.1, pp. 224-242, 2013.

SILVA, Karina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. *Dicionário de conceitos históricos*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

SOUZA, Allan Rocha de. Os direitos culturais e as obras audiovisuais cinematográficas : entre a proteção e o acesso. Tese (doutorado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Direito, 2010.

THROSBY, David; GINSBURGH, Victor. *Introduction in Handbook of the economics of art and culture*. Amsterdã: Elsevier, 2006.

THROSBY, David. *Economics and Culture*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

TREMBLAY, Gaëtan. Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. La creatividad contra la cultura?. In: ALBORNOZ, Luis (org.). *Poder, medios, cultura: una mirada critica desde la Economía Política de la Comunicación*, Buenos Aires: Paidós, 2011. p.109-138.

VENTURELLI, Shalini. *From the Information Economy to the Creative Economy: moving culture to the center of international public policy*. Washington, DC: Center for Arts and Culture, 2001.

WILDEN, Anthony. Informação. *Enciclopédia Einaudi*, v. 34, Lisboa: Imprensa Nacional, 2001. p. 11-77.

\_\_\_\_\_. Comunicação. *Enciclopédia Einaudi*, v. 34, Lisboa: Imprensa Nacional, 2001. p. 108-204.

WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos: moda e modernidade*. Lisboa: Ed. 70, 1989.

WOLFF, Simone. Desenvolvimento local, empreendedorismo e "governança" urbana: onde está o trabalho nesse contexto?. In **Cad. CRH**, Salvador, v. 27, n. 70, abril de 2014 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-49792014000100010&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792014000100010&lng=en&nrm=iso)>

ZALLO, Ramón. Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. La creatividad contra la cultura?. In: ALBORNOZ, Luis (org.). *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación*, Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 17-60.

ZÜKERT, Harmut. The commons – a historical concept of property rights. In: BOLLIER, David; Helfrich. *The Wealth of the Commons: a world beyond market & State*. Amherst and Florence, Massachusetts: Levellers Press, 2012.

## **Documentos**

Discurso de posse de Gilberto Gil, 2003. Disponível em: <http://tinyurl.com/discurso-posse-Gil>

Discurso de posse de Juca Ferreira, 2008. Disponível em: [http://zimbres.blogspot.com.br/2009/04/por-uma-cultura-nova\\_30.html](http://zimbres.blogspot.com.br/2009/04/por-uma-cultura-nova_30.html)

Discurso de posse de Anna de Hollanda, 2011. Disponível em: <http://www.culturaemercado.com.br/politica/discurso-de-posse-de-ana-hollanda-ministra-da-cultura/>

MinC, Plano da Secretaria de Economia Criativa. 2011 Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/2011/09/26/plano-da-secretaria-da-economia-criativa-2/>,

MinC. Plano Brasil Criativo – documento de circulação interna, fornecido pela entrevistada e



ex-gestora Cláudia Leitão, 2012. Parte desse documento encontra-se disponível em: <<http://www.integrabilne.com.br/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Plano-Brasil-Criativo-Claudia-Leit%C3%A3o-%E2%80%93-Universit%C3%A9-de-Paris-V-e-UECE-29ago2013.pdf>>

MINISTÉRIO DA CULTURA. Nova Lei da Cultura: material informativo sobre o projeto de lei de fomento e incentivo. Brasília: 2010. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2010/01/projeto-15-28jan10-web.pdf>

UNCTAD. Relatórios de Economia Criativa da Unctad 2008, 2009, 2010, 2011 – disponíveis em <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>

OMPI. Convention Establishing the World Intellectual Property Organization, 1967. Disponível em: [http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file\\_id=283854](http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=283854)

UNESCO. Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, 2005. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>

Relatório da Unesco – disponíveis em <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>

### **Site consultados**

Alexa: [www.alexa.com](http://www.alexa.com)

Brasil Criativo: [www.brasilcriativo.com.br](http://www.brasilcriativo.com.br)

Comitê Gestor da Internet: <http://cetic.br/pesquisas-cetic.htm>

Cultura e mercado: [www.culturaemercado.com.br](http://www.culturaemercado.com.br)

Departamento de Comércio dos Estados Unidos: [www.uspto.gov/about/ipm/industries\\_in\\_focus.jsp](http://www.uspto.gov/about/ipm/industries_in_focus.jsp)

Diário Oficial da União: <http://portal.in.gov.br/>

Economia da Cultura: <http://economiadacultura.blogspot.com.br>

Federação das indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan): [http://www.firjan.org.br/economiacriativa/download/Analise\\_completa.pdf](http://www.firjan.org.br/economiacriativa/download/Analise_completa.pdf)

Folha de S.Paulo: [www.folhasp.com.br](http://www.folhasp.com.br)

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

Ministério da Cultura: [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)

Radar da Produção: <http://blog.radardaproducao.com.br/procult/5974/mudancas-no-comando-da-economia-criativa-no-minc-e-agora>

Unctad: <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>