

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

CAMILLA GARCÊZ RIBEIRO

CIDADANIA E DIREITOS CULTURAIS NA ECONOMIA CRIATIVA: um estudo de
empreendimentos criativos na cidade de São Luís

São Luís

2022

CAMILLA GARCÊZ RIBEIRO

CIDADANIA E DIREITOS CULTURAIS NA ECONOMIA CRIATIVA: um estudo de
empreendimentos criativos na cidade de São Luís

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Interdisciplinar em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão para a obtenção do título de Mestre em Cultura e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. José Ribamar Ferreira
Júnior

Co-orientadora: Profa. Dra. Mônica Teresa
Costa Sousa

São Luís

2022

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Ribeiro, Camilla Garcêz.

CIDADANIA E DIREITOS CULTURAIS NA ECONOMIA CRIATIVA :
um estudo de empreendimentos criativos na cidade de São
Luís / Camilla Garcêz Ribeiro. - 2022.
152 f.

Coorientador(a): Mônica Teresa Costa Sousa.

Orientador(a): José Ribamar Ferreira Júnior.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em
Cultura e Sociedade/cch, Universidade Federal do Maranhão,
São Luís, 2022.

1. Cidadania e Direitos Culturais. 2. Da Cor ao Caso.
3. Demodê Ateliê. 4. Economia Criativa. 5.
SobreOTatame. I. Ferreira Júnior, José Ribamar. II.
Sousa, Mônica Teresa Costa. III. Título.

CAMILLA GARCÊZ RIBEIRO

CIDADANIA E DIREITOS CULTURAIS NA ECONOMIA CRIATIVA: um estudo de
empreendimentos criativos na cidade de São Luís

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado
Interdisciplinar em Cultura e Sociedade da
Universidade Federal do Maranhão para a
obtenção do título de Mestre em Cultura e
Sociedade.

Aprovado em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Ribamar Ferreira Junior (Orientador)
Doutor em Comunicação e Semiótica
Universidade Federal do Maranhão

Profa Dra Mônica Teresa Costa Sousa (Co-orientadora)
Doutora em Direito
Universidade Federal do Maranhão

Profa Dra Conceição de Maria Belfort de Carvalho
Doutora em Linguística e Língua Portuguesa
Universidade Federal do Maranhão

Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho
Doutora em Cultura e Sociedade
Universidade Federal da Paraíba

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais, que sempre me deram todo o suporte e apoio necessários para que eu chegasse até onde cheguei. Junto deles, minha família serviu de base e de exemplo para que eu pudesse alcançar voos mais altos.

Aos meus caros colegas do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão (PGCult – UFMA), que me inspiraram nesta escrita e me ajudaram a passar por esta fase tão atípica da minha vida e da vida de todos. Queridos colegas, vocês confirmaram a minha fé na coletividade.

Aos mestres e professores do programa, que conduziram com grandes esforços uma turma formada em período pandêmico, e sem os quais não seria possível concluir esta trajetória. E não só a eles, como a todos os professores que passaram por minha vida e me fizeram um ser humano um pouco melhor a cada dia, eu deixo meu sincero respeito e minha grande admiração.

À Thayane, que pacientemente foi ouvinte e conselheira nos momentos mais difíceis, e também nos mais alegres, durante os desafios enfrentados no mestrado.

Aos demais amigos, que sabem quem são, e que sempre foram minha grande fortaleza.

*“A gente não pede a cultura... ela, a cultura,
chama a gente. Porque a gente já traz ela.
Nossos ancestrais deixaram a cultura no
nosso sangue. Nós somos cultura!”*

Mestra Maria do Coco

RESUMO

A pesquisa de título “CIDADANIA E DIREITOS CULTURAIS NA ECONOMIA CRIATIVA: um estudo de empreendimentos criativos na cidade de São Luís” é proposta objetivando demonstrar o potencial dos processos econômicos criativos para o exercício dos direitos culturais e, conseqüentemente, da cidadania cultural. Esta cidadania, exercida através da materialização dos chamados direitos culturais no cotidiano dos idealizadores e receptores da economia da criatividade, se realiza por meio da circulação de saberes culturais, do repasse de signos e significados culturais, da união entre expressões culturais e participação econômica e outros fatos e trocas que permeiam a economia criativa. Metodologicamente, em relação aos seus **objetivos**, este trabalho tem caráter **exploratório**, vez que pretende proporcionar familiaridade com o problema apresentado, levando ao aprimoramento de ideias relativas ao tema. Também é dotado de caráter **descritivo**, pois há a descrição do fenômeno entendido por economia criativa para a consecução dos objetivos. Além disso, esta pesquisa é **bibliográfica** e também **estudo de campo**, uma vez que é desenvolvida, num primeiro momento, a partir da leitura de materiais institucionais, livros, artigos e outros trabalhos escritos, trazendo considerações acadêmicas e de instituições nacionais e internacionais sobre cidadania, cidadania cultural, uma breve passagem pela democracia, direitos culturais e economia criativa, mas também através da coleta de informações feitas a partir do contato com empreendimentos criativos na cidade de São Luís, no Maranhão. O presente estudo dedica-se a apresentar de que formas a cidadania cultural e os direitos culturais podem ganhar vida nos contextos dos grupos pesquisados, tornando possível a percepção de que a economia criativa é, por seus caracteres, um campo fértil para a cidadania cultural e os direitos culturais.

Palavras-chave: Cidadania e Direitos Culturais. Economia Criativa. Da Cor ao Caso. Demodê Ateliê. SobreOTatame.

ABSTRACT

The following research “CITIZENSHIP AND CULTURAL RIGHTS IN THE CREATIVE ECONOMY: a study of creative enterprises in the city of São Luís” is here proposed with the objective of presenting the path which connects the creative economic processes with the exercise of cultural rights, and consequently, the full cultural citizenship practice. Such citizenship, exercised through the materialization of the alleged cultural rights in the daily lives of the creators and receivers of the creative economy, takes place through circulating cultural knowledge, passing on cultural signs and meanings, the union between cultural expressions and economic participation, and other facts and exchanges permeating the creative economy. Methodologically, in terms to its **objectives**, the present study has an **exploratory** character given that it intends to provide familiarity with the quoted problem at hand, leading to the improvement of ideas related to the theme. The research is also endowed with a **descriptive** character due to the description of the phenomenon understood as creative economy in order of the fruition of the objectives. Moreover, this research is **bibliographic** and also a **field study**, since it is developed, in a first moment, from the reading of institutional materials, books, articles, and other written works, bringing academic considerations and those of national and international institutions, but also from the data collection made in direct research following creative enterprises in the city of São Luís, Maranhão. To this end, essential concepts that ground the perspective of this study are executed, addressing the definitions of citizenship, cultural citizenship, a brief passage through the meaning of democracy, cultural rights and creative economy. The field study occurs to ratify what is brought up in theory, seeking to demonstrate which ways cultural citizenship and cultural rights come to life in the contexts of the researched groups, making it possible to perceive that creative economy is, due to its characters, a fertile field for cultural citizenship and cultural rights.

Keywords: Cultural Citizenship. Cultural Rights. Creative Economy. Da Cor ao Caso. Demodê Ateliê. SobreOTatame.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Classificação dos setores criativos	73
Figura 2 –	Setores criativos brasileiros.....	75
Figura 3 –	Pilares de atuação Da Cor ao Caso Instituto	93
Figura 4 –	Sketchbook Da Cor ao Caso Instituto	98
Figura 5 –	Publicações relativas a cultura e personalidades negras Da Cor ao Caso Instituto.....	98
Figura 6 –	Marca Da Cor ao Caso Instituto	99
Figura 7 –	Valorização do local e de roupas sustentáveis de algodão Demodê Ateliê	101
Figura 8 –	Projeto ecológico em Atins Demodê Ateliê	103
Figura 9 –	Renda de bilro e modelos de roupas da marca Demodê	104
Figura 10 –	Blog Demodê Ateliê.....	106
Figura 11 –	Produção audiovisual SobreOTatame	109
Figura 12 –	Projeto Elas SobreOTatame	110
Figura 13 –	Séries SobreOTatame: 'Personagens- especial Ilha Magnética', 'Pessoas que Inspiram' e 'Personagens'.....	111
Figura 14 –	Nova marca SobreOTatame	113

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Definições de indústrias criativas	55
Quadro 2 – Informações gerais sobre as entrevistas.....	91
Quadro 3 – Perguntas da primeira bateria de entrevistas	91
Quadro 4 – Perguntas da segunda bateria de entrevistas.....	92
Quadro 5 – Pergunta 4 do Questionário 2	119
Quadro 6 – Pergunta 5 do Questionário 4	122

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Conteúdo intangível como diferencial nos empreendimentos pesquisados	116
Gráfico 2 – Sustentabilidade, inovação e inclusão social nos empreendimentos pesquisados.....	117
Gráfico 3 – Identificação dos pesquisados com os setores criativos elencados no Plano da SEC.....	118
Gráfico 4 – Presença da criatividade nas atividades dos empreendimentos pesquisados	119
Gráfico 5 – Contemplação por políticas públicas para EC.....	121
Gráfico 6 – Existência de elementos culturais nos empreendimentos pesquisados	121
Gráfico 7 – Dimensões espaciais dos elementos culturais nos empreendimentos pesquisados.....	122

LISTA DE ABREVIATURAS

CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CRFB/1988	Constituição da República Federativa do Brasil de 1988
EC	Economia Criativa
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MinC	Ministério da Cultura
OBEC-BA	Observatório de Economia Criativa da Bahia
ONU	Organização das Nações Unidas
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PNC	Plano Nacional de Cultura
PNCV	Política Nacional de Cultura Viva
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SALIC	Sistema de Acesso às Leis de Incentivo à Cultura
SEC	Secretaria de Economia Criativa
SECDEC	Secretaria Nacional da Economia Criativa e Desenvolvimento Cultural
SNC	Sistema Nacional de Cultura
SOT	SobreOTatame
TIC's	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UIS	<i>Institute for Statics</i>
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	CIDADANIA CULTURAL, DIREITOS CULTURAIS E A SOCIEDADE DO CONHECIMENTO	19
2.1	Democracia e Direitos	20
2.1.1	Democracia Cultural	22
2.2	Cidadania	25
2.2.1	Cidadania Cultural	29
2.3	Direitos Culturais	32
2.4	Globalização e Identificação Cultural	35
2.5	As TIC's e a comunicação em rede	40
2.6	A sociedade do conhecimento	43
3	A ECONOMIA CRIATIVA A FAVOR DA CIDADANIA CULTURAL E DOS DIREITOS CULTURAIS	48
3.1	Indústrias culturais e criativas	49
3.2	O que é a economia criativa?	60
3.2.1	Classificações dos setores criativos	72
3.3	A economia criativa no Brasil	76
3.4	A economia criativa como possibilidade de expressão da cidadania e dos direitos culturais	80
4	ESTUDO DE CAMPO: empreendimentos criativos na cidade de São Luís, Maranhão	83
4.1	Percurso metodológico	85
4.1.1	Caracterização da pesquisa	86
4.1.2	Categorias de análise	88
4.2	Iniciativas pesquisadas	90
4.2.1	Da Cor ao Caso Instituto	93
4.2.2	Demodê Ateliê	100
4.2.3	SobreOTatame	107
4.3	Análise de adequação das informações colhidas às considerações teóricas da pesquisa	114
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
	REFERÊNCIAS	129

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA	
CULTURAL	137
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA.....	141
APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO 3	145
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO 4	150

1 INTRODUÇÃO

Dotada de uma notável transversalidade, a cultura envolve modos de ser e fazer, relações sociais e de poder, noções de família e afetividade, crenças, manifestações artísticas, relações com a natureza e outros processos socioculturais, os quais possuem significados resultantes da construção social simbólica.

A significativa relevância da cultura exigiu o nascimento de ferramentas tutelares, incluindo sua proteção jurídica que teve na Constituição Mexicana de 1917 um suporte inaugural fundamental para a inclusão do tema no âmbito constitucional. A abertura para o debate internacional mais amplo se deu no período pós Segunda-Guerra, com o nascimento da Declaração Universal dos Direitos Humanos e, anos depois, do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, ocorrendo em 2001 um grande marco para sua “valorização planetária” (CUNHA FILHO; BOTELHO; SEVERINO, 2018, p. 28) através da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural.

O breve chamamento histórico de instrumentos jurídicos e diplomáticos surge para demonstrar a indispensabilidade da proteção dos chamados direitos culturais que, sob a perspectiva dos direitos humanos em seus entendimentos mais recentes, são responsáveis por ir contra o pensamento etnocêntrico que acredita em hierarquia das culturas. Essa contrariedade busca dirimir a ideia de que todos os povos deveriam passar por uma evolução cultural baseada em um objetivo-modelo (BAUMAN, 2013), notadamente o objetivo seria o modelo de cultura europeizado, pois sob o antigo horizonte epistêmico de hierarquia cultural, as divergentes culturas só seriam reconhecidas caso se modificassem rumo ao ‘padrão’ sociocultural europeu.

A partir da gradual superação desse entendimento, a cidadania cultural aparece como o exercício pleno dos direitos culturais – que agora ganham novos sentidos de pluralidade e diversidade – sendo a participação um conceito chave e intrínseco à noção de cidadania. Dessa forma, podemos inferir que a participação na vida cultural é o mais fundamental direito ligado à cultura (COELHO, 2011).

No Brasil, com o processo de redemocratização pós Constituição Federal de 1988, esta responsável por inaugurar o termo “direitos culturais” no ordenamento jurídico brasileiro, a cidadania cultural passa a ser entendida como um direito fundamental. Este fator associado às profundas transformações tecnológicas e comunicacionais que invadiam o Brasil e o mundo, levaram, por exemplo, a pressões sociais e políticas para a criação de novos instrumentos jurídicos, como a principal lei federal de incentivo fiscal em apoio às iniciativas culturais, a

Lei nº 8.313 de 1991, que ficou popularmente conhecida por Lei Rouanet (BIER; ALVES CAVALHEIRO, 2015).

Ainda acerca das mudanças e avanços tecnológicos e comunicacionais, que há algumas décadas transpassam a realidade social em todo o mundo, houve o surgimento de termos como “sociedade do conhecimento” e “sociedade da informação”. Além disso, abriu-se espaço para o início de uma verdadeira metamorfose econômica, oportunizando a iminência de novas vias alternativas ao capitalismo intensivo, que contemplam o conhecimento como um aspecto central na caracterização da sociedade contemporânea (RUBIM, 2009).

Acerca dos significados dados aos termos sociedade da informação e sociedade do conhecimento, existem alguns autores utilizam enquanto sinônimos, mas já foram feitas diferenciações teóricas por outros autores, como Cláudio de Musacchio e Sally Burch. Contudo. Porém, mesmo com os autores que diferenciam os termos, ainda não há um assentamento teórico uníssono sobre.

Por exemplo, enquanto o autor Cláudio de Musacchio coloca a sociedade da informação como aquela que permite um acesso mais democratizado, global e total à informação e a sociedade do conhecimento como aquela produzida a partir da interação em redes sociais (MUSACCHIO, 2014), Sally Burch vai em sentido diverso, colocando a sociedade da informação orientando-se como construção política e ideológica que “se desenvolveu das mãos da globalização neoliberal” (BURCH, 2005), e de outro lado traz entendimentos da sociedade do conhecimento como voltada para uma dimensão de transformação sociocultural (BURCH, 2005), termo preferido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Em razão do profundo debate teórico que poderia ser colocado diante dessas perspectivas diversas, não serão distinguidos em caráter absoluto os usos dos dois termos. O que objetiva-se é mostrar que através desse cenário de disseminação de tecnologias comunicacionais aliado à valorização dos saberes como insumo econômico, se inicia o fortalecimento da chamada economia criativa, um conceito que não está totalmente encerrado, mas que há alguns anos já se utiliza, inclusive, para dar conta das atividades e relações provenientes da culturalização da economia e da mercadoria (RUBIM, 2009).

Predominando enquanto sistema econômico no Brasil, e na grande maioria do mundo, o capitalismo exige que os produtos e serviços tenham valores que se expressem economicamente em capital, e isso se aplica também à cultura e à criatividade quando dispostas enquanto insumos. A economia criativa, então, apresenta-se como uma

possibilidade para o exercício dos direitos culturais, estes que irão aliar-se às necessidades econômicas de quem é responsável pelo fazer cultural e criativo.

Assim, pensar, por exemplo, políticas públicas que proporcionem inclusão econômica através da circulação de bens e serviços que valorizam os fluxos simbólicos de uma região, povo ou outro caractere identitário é, também, permitir que os agentes e beneficiários dessa ação participem da vida cultural, gerando desenvolvimento humano e econômico.

John Howkins foi um dos primeiros autores a abordar de forma mais aprofundada o tema da economia criativa. O autor inclui nos sete princípios da propriedade intelectual, onde, para ele, se manifesta o nascer de uma economia criativa, a participação do governo e o estabelecimento de convenções internacionais (HOWKINS, 2013), uma vez que se faz necessário o apoio institucional nacional ou internacional para garantir direitos. O mesmo autor lista justificativas que motivam a atenção a esse tipo de propriedade, expondo como núcleo principal os quatro pontos seguintes: “incentivo, recompensa, revelação e **direitos humanos**” (HOWKINS, 2013, p. 49, grifo nosso).

Trazer a ênfase da criatividade como um ativo econômico e instrumento potencial de desenvolvimento, que no presente trabalho será analisado a partir de empreendimentos do município de São Luís, é oportuno para se pensar novas oportunidades que favorecem a valorização de conteúdo intangível proveniente de saberes socioculturais e caracteres identitários. Tal conteúdo liga-se principalmente à circulação de saberes dentro dos processos da economia criativa, seja no espaço da cidade, de zonas, grupos ou comunidades dentro dela ou de outras dimensões das formas de ser, fazer e existir socialmente.

Dessa forma, a economia criativa acaba dando espaço à produção cultural (bem como a outros tipos de produção, mas, também, a cultural) e chances de novas formas de exercício da cidadania cultural (envolvendo participação cultural através de atividade também econômica, circulação e acesso a bens e serviços culturais etc.), possibilitando inclusão social e crescimento econômico.

Um fator importante de ser mencionado em relação às atividades que envolvem processos econômicos no momento contemporâneo à feitura deste estudo, diz respeito às recentes readaptações das relações humanas e do necessário distanciamento social, fato que se deu de forma imperativa em razão das circunstâncias trazidas pelo novo coronavírus.

Com essa realidade surpresa, houve um impacto substancial na economia mundial, inclusive nos processos econômicos culturais e criativos, com o fechamento de equipamentos culturais (como teatros, cinemas, museus, centros de cultura, galerias e outros) e o impedimento repentino de atividades da sociedade que envolvem a aglomeração de pessoas,

incluindo eventos culturais, exposições diversas, vendas realizadas de forma pessoal e direta, dentre outros.

Sobre o tema, o Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA), um grupo de pesquisa interinstitucional voltado a atividades de ensino, pesquisa e extensão sobre economia criativa, trabalhou em pesquisas que se direcionam a verificar impactos da covid-19 no setor criativo.

Em boletim prévio lançado em 13 de abril de 2020, apresentando resultados preliminares de um desses trabalhos, já havia sido percebido um impacto direto na subsistência dos profissionais criativos (OBSERVATÓRIO DA ECONOMIA CRIATIVA DA BAHIA, 2020), gerando preocupação com o sustento pessoal e familiar no tempo que estava por vir. Desde o início do isolamento e da pandemia, os setores criativo e cultural têm se reinventado e buscado dentro das tecnologias de informação, que usualmente já são muito utilizadas pelos mesmos, seu meio de adaptação a esta realidade.

Diante desse cenário, e com as perspectivas de que a partir de agora as ferramentas comunicacionais tecnológicas viverão uma maior usabilidade, mesmo com o retorno progressivo do contato social de maneira direta, a economia criativa apresenta-se como um setor promissor para a circulação de bens e serviços. Isso se dá em virtude da sua já existente característica de utilizar dessas ferramentas enquanto um pilar dos seus processos econômicos, que há muito utilizam-se dos meios de comunicação e das tecnologias da informação como instrumentos estratégicos de ligação com o público, que normalmente possui interesses identitários com suas propostas. Essa visualização da resiliência da economia criativa em um contexto que passa a valorizar ainda mais as relações através de ferramentas tecnológicas é mais um fator que justifica a importância de pesquisar o tema.

Dito isto, para conseguir responder à pergunta norteadora deste estudo, que questiona acerca do potencial da economia criativa para expressão dos direitos culturais e da cidadania cultural, a pesquisa conta com os seguintes objetivos específicos (que nortearão, respectivamente, os três capítulos que se seguem):

- a) destrinchar os conceitos de cidadania cultural e direitos culturais e apresentá-los sob o contexto sociocultural da sociedade do conhecimento;
- b) referenciar teoricamente a economia criativa e explicitar suas particularidades, demonstrando sua fertilidade para a concretização dos direitos culturais e, conseqüentemente, da cidadania cultural;

- c) explicar a desenvoltura da economia criativa para a expressão da cidadania cultural e dos direitos culturais, através dos resultados obtidos pela pesquisa de campo.

Para tanto, o presente trabalho irá trabalhar os conceitos pertinentes à pesquisa realizada (cidadania cultural, direitos culturais e economia criativa), propiciando o conhecimento teórico para a discussão da economia criativa enquanto instrumento hábil à concretização dos demais conceitos. Posteriormente, serão apresentados os resultados da pesquisa de campo com iniciativas da cidade de São Luís no Maranhão, estas que serão analisadas a partir da conceituação de economia criativa trabalhada, reiterando a relevância e o potencial da mesma na efetivação da cidadania cultural e no exercício de direitos culturais, trazendo para o contexto econômico e social da sociedade do conhecimento.

As iniciativas criativas selecionadas possuem atuações em áreas bastante distintas, sendo elas: Da Cor ao Caso, Demodê Ateliê e SobreOTatame. A escolha de empreendimentos criativos distintos não é feita de forma infundada. A pretensão do trabalho é demonstrar justamente que há no formato da economia criativa, e não apenas em um ou outro segmento específico desta, um potencial para a cidadania e para a efetivação de direitos no âmbito cultural.

Isso ocorre por intermédio: do tipo de comunicação diferenciada que é estabelecida entre empreendimentos criativos e receptores de seus bens e serviços (normalmente atraídos por questões de afinidade com o conteúdo intangível da iniciativa ou proximidade de interesses); da difusão de conhecimentos culturais que a circulação de bens e serviços criativos pode oferecer; do fortalecimento e difusão de ideias que valorizam saberes culturais; da sustentabilidade que normalmente permeia as iniciativas criativas (sustentabilidade não só no quesito ambiental, como também cultural e social por ser percebida enquanto “resposta à crise estrutural da economia intensiva em capital” (PACHECO, 2019, p. 59); e de outros fatores.

São Luís, no estado do Maranhão, é uma cidade estratégica para o desenvolver deste estudo, por sua reconhecida relevância histórica e cultural que influi direta e profundamente no cotidiano e no imaginário popular, rendendo-lhe títulos como, por exemplo, o de Patrimônio Cultural da Humanidade, concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

A primeira iniciativa a ser pesquisada, denominada ‘Da Cor ao Caso’, é uma iniciativa de letramento racial, que tem o intuito de manter e propagar uma prática comercial geradora de impactos positivos em fatores sociais, econômicos e sustentáveis, e que necessariamente

incorpora o desenvolvimento sustentável ao modelo de gerenciamento das demandas e negócios no mercado.

A segunda iniciativa, chamada ‘Demodê Ateliê’, trabalha com moda sustentável baseada em conhecimentos ancestrais e culturais em sua produção, valorizando roupas confortáveis, de origem regional e produzida por mulheres.

Por fim, a última iniciativa colaboradora da pesquisa, chamada de ‘SobreOTatame’, é responsável por produzir conteúdos sobre cidadania, comportamento e cultura, valorizando a bagagem cultural local, e contando com uma equipe de oito pessoas de áreas distintas, como Comunicação Social, Psicologia e Direito, que realizam o trabalho por meio de textos, fotografias, produção audiovisual e coberturas de eventos.

2 CIDADANIA CULTURAL, DIREITOS CULTURAIS E A SOCIEDADE DO CONHECIMENTO

Antes de adentrar nas especificidades que este trabalho propõe, quais sejam as conexões entre a economia criativa e o exercício da cidadania cultural e, conseqüentemente, dos direitos culturais, é necessário que se faça uma apresentação dos conceitos que são fundamentais a este fim.

Para compreender o que é a cidadania cultural e o que são os direitos culturais, fundamental é compreender o que é cidadania e o que são direitos, em que ambiente ou configuração social eles se desenvolvem e de que forma participam da realidade. A explanação de conceituações mais gerais para, depois, partir para as mais específicas é um percurso indispensável por viabilizar a verdadeira apreensão dos sentidos ora pretendidos.

A partir disto, este capítulo irá dedicar-se ao itinerário inicial que levará a demonstrar, posteriormente, o potencial da economia criativa enquanto prática social, econômica e cultural de configuração favorável para dar concretude à cidadania e a direitos, enfaticamente os culturais.

Para tanto, explica-se o que é ‘democracia’ enquanto configuração social possível para a existência dos conceitos abordados subsequentemente, uma vez que dependem impreterivelmente dela. Posteriormente, o conceito de ‘direitos’ é trabalhado para que se perceba seus contornos e de que forma podem ser expressos na prática. Isto é feito para que, em seguida, seja abordado o que é a ‘cidadania’, enquanto exercício propagador desses direitos. Além disso, serão feitas breves considerações sobre qual o sentido de cultura que é aderido neste trabalho (uma vez que o termo abriga centenas de conceituações possíveis), abrindo espaço para que sejam apreendidas as principais definições abordadas nessa primeira parte: ‘cidadania cultural’ e ‘direitos culturais’.

Finalizando este capítulo, será discutido como os processos de globalização influenciaram as sociedades contemporâneas, transcorrendo principalmente sobre questões relativas à identidade cultural nesse novo contexto e o papel das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC’s) diante dos conceitos ‘sociedade do conhecimento’ e ‘sociedade da informação’.

2.1 Democracia e Direitos

Para iniciar este tópico, coloca-se a afirmação de Marilena Chauí de que a **criação de direitos** é o **cerne da democracia** (CHAUÍ, 2018), ou seja, é sua característica intrínseca e inseparável. Para a autora, poderemos dizer que uma dada sociedade é democrática quando nela houver a instituição de direitos, sendo essa instituição proveniente de uma **criação social** (CHAUÍ, 2018).

A expressão de uma série de direitos que competem àqueles que se sujeitam a uma constituição, um Estado e suas normas, deverá ser fruto de anseios que representam e são desejados por esses mesmos indivíduos que fazem parte do corpo social.

Conforme dito por Francisco Humberto Cunha Filho, jurista que debate amplamente a democracia e os direitos culturais, o cidadão na democracia é soberano e súdito (CUNHA FILHO, 2004). Isso é, ao mesmo tempo que os indivíduos dentro de um dado território nacional estão sujeitos às regras ali impostas, estão, também, como figuras supremas na constituição dessas regras, devendo estas compactuarem com a realidade sociocultural vivenciada por essas pessoas.

Retomando a abordagem de Marilena Chauí, a existência de direitos é apresentada enquanto um requisito para o princípio e manutenção de uma democracia, sendo, então, uma condição de sua existência (CHAUÍ, 2018). Para que um exista, o outro necessariamente precisa existir: não se pode falar em democracia sem a presença de direitos, assim como não há a possibilidade da instituição de um catálogo de direitos fundamentais sem um ambiente democrático que viabilize sua concretude.

Segundo a autora supra, dentre outros aspectos, o regime democrático não encontra suporte na ideia de privilégios, mas, ao contrário, apoia-se na ideia da criação de direitos renováveis, como aqui se defende:

Não apenas o direito como Estado de Direito, isto é, como definição e garantia jurídica de alguns direitos, e sim como *criação de direitos novos*. Por seu vínculo constitutivo com o conflito, a democracia não cessa de fazer surgir novos sujeitos políticos, que emergem dos conflitos e são criadores de direitos novos. Ela é, fundamentalmente, processo de criação de direitos (o que também é uma de suas originalidades) e, por isso mesmo, é uma forma política aberta ao tempo e à história (CHAUÍ, 2006, p. 139, grifo do autor).

Como a perspectiva abordada no presente trabalho também levará em consideração aspectos jurídicos da cultura, da cidadania e dos direitos culturais para posteriormente poder explorar o conteúdo da economia criativa, em alguns momentos serão inseridas considerações

que adentram o universo doutrinário do Direito, para compatibilizar-se com as intenções da pesquisa.

Nesse sentido, a democracia – nos dizeres de José Afonso da Silva – pode ser vista como “realização de valores (igualdade, liberdade e dignidade da pessoa) de convivência humana” (SILVA, 2014, p. 114). Ainda para o mesmo autor, um estado democrático “visa, assim, a realizar o princípio democrático como garantia geral dos direitos fundamentais da pessoa humana” (SILVA, 2014, p. 119).

Dessas afirmações, pode-se auferir que a democracia promove o ambiente favorável para a materialização isonômica de valores presentes na convivência em sociedade (que também são protegidos pelo Direito, enquanto um instrumento de tutela social), valores esses que carregam consigo influências e construções culturais. No caso da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/1988), há o reconhecimento e tutela da posse fundamental e irrenunciável, pelos indivíduos, de direitos e prerrogativas cidadãos, inclusive culturais.

Importante mencionar que um estado democrático que não se reduz à democracia formal e que busca materializá-la, tem como prática o respeito fático, jurídico e político pela diversidade cultural e pelas diferenças entre indivíduos e/ou grupos (SERRA; SERRA, 2017). Isso quer dizer que a concessão de direitos no plano formal não consegue ser suficiente para a existência de uma democracia real (que respeita as pluralidades), devendo esses direitos assegurados em normas serem possibilitados de diversas formas para os diferentes tipos de pessoas, através de iniciativas do poder público.

Essas possibilidades podem ser advindas de tutela jurisdicional, implemento de políticas públicas, programas de governo, dentre outras formas que concretamente conseguem levar à prática os direitos que formalmente foram garantidos por normativas diversas (e que se permanecerem no âmbito restrito da palavra nada mais seriam do que direitos natimortos, ou seja, padeceriam antes de ganhar, de fato, a vida).

A dinâmica democrática funciona de maneira que os indivíduos possam exercer livremente suas formas de ser, viver e fazer, o que chama a atenção para o fato de que o respeito às múltiplas existências é uma condição desse regime de estado. A própria ideia da concessão de direitos fundamentais liga-se a um necessário reconhecimento das diversas experiências e particularidades, uma vez que se protege formalmente todos os indivíduos – independentemente de seus caracteres pessoais – e amortiza as diferenças enquanto critério de desigualdades injustas na legislação, no tratamento político ou na prática social. Porém,

conforme dito anteriormente, quando se pretende uma democracia real, essa formalidade precisa ter meios de penetrar e agir verdadeiramente na sociedade.

Para Paulo Serra e Bruno Serra (2017), um dos pilares da democracia é a igualdade de todos perante à lei, devendo todos os indivíduos de um dado território democrático serem respeitados e protegidos sem discriminações de origem, raça, religião, sexo, gênero e outros.

Esse pilar explicita o quão a concessão de direitos é cara à democracia, pois esta só consegue existir quando é capaz de viabilizar a seus cidadãos a proteção de seus modos de ser e de se expressar. Ainda neste sentido, os autores afirmam que o reconhecimento dessa diversidade “é uma questão política básica porque a sua afirmação ou negação equivalem a reconhecer a todos ou a recusar a alguns o direito à visibilidade e à participação na vida social” (SERRA; SERRA, 2017, p. 29).

Ressalva-se o fato de que o aprofundamento sobre outras dimensões da democracia, como os aspectos do nosso modelo de democracia semidireta (abarcando majoritariamente aspectos da democracia indireta e alguns da direta), os instrumentos de decisão popular direta (como referendo e plebiscito), o conceito de cidadania em sentido estrito (que trata dos direitos políticos), dentre outros fatores, não são objetos de estudo da presente pesquisa por adentrarem em perspectivas teóricas que não estão completamente relacionadas aos fins pretendidos neste estudo.

Buscamos trazer os conceitos, entendimentos e estudos que contemplam a dimensão mais ampla, da criação e efetivação de direitos aos cidadãos como o ponto de partida da democracia, pois é a através disto que nascem os direitos políticos, as instituições, os formatos de voto adotados no país, dentre outros aspectos mais específicos.

Feitas essas considerações, o intento do presente tópico é justamente o de revelar a relação simbiótica entre a existência de direitos para os indivíduos, em sua individualidade e coletivamente, e a democracia.

2.1.1 Democracia Cultural

Conectando-se aos entendimentos de democracia abordados até então, Adelina França (2018), em sua obra “Democracia Cultural: Políticas Culturais no Estado Contemporâneo”, coloca a democracia cultural enquanto conjunto de fatores que implicarão, dentre outras coisas, na disseminação de oportunidades, bens e participação nas criações culturais, dando condições para a maximização da instância cultural para os beneficiários da cultura. Segundo a autora, essa democracia cultural deverá estimular as potencialidades dos grupos sociais,

tendo como compromissos, além de outros aspectos: a proteção e promoção da diversidade cultural e do direito à cultura; e o encorajamento de participação ativa na vida cultural comunitária (FRANÇA, 2018).

É possível perceber um traço importante nas considerações feitas por França (2018) em relação à democracia cultural: nela não há uma concessão passiva de direitos que têm relação com o saber e fazer cultural, gerando um mero reconhecimento, mas sim uma concessão ativa de direitos, que, além de reconhecê-los formalmente, busca agir proativamente no sentido de estimular e encorajar os indivíduos para que sejam atuantes na vivência cultural em suas comunidades. Lembrando que a democracia se realiza, conforme Chauí (2006), a partir da produção, reconhecimento e **garantia** de direitos, ou seja, eles precisam ser de alguma forma garantidos, e não só planejados. É para este entendimento que a concessão ativa de direitos se orienta.

Surge aqui o papel das chamadas políticas culturais, que serão em grande parte responsáveis por promover de forma mais direta os fins almejados pela democracia cultural. No entendimento de Rubim (2019, p. 2), as políticas culturais são um:

Conjunto articulado, continuado e sistemático de intervenções, formulações e/ou atuações, de diversos entes político-culturais com o objetivo de: atender demandas e necessidades culturais da população; estimular o desenvolvimento simbólico; [...] e garantir cidadania e direitos culturais.

Desta forma, para dar concretude às pretensões de uma democracia cultural, as políticas culturais aparecem como um dos principais instrumentos idealizadores dos direitos culturais e, conseqüentemente, da cidadania cultural, explicitando o caráter ativo que deve ter o Estado na realização material dessa democracia, incitando e proporcionando os meios para que os indivíduos sejam partícipes da realidade cultural que vivenciam.

Outro aspecto importante acerca da democracia cultural diz respeito ao valor que deve ser dado a sua dimensão social, atentando-se às transformações sociais, às demandas da consciência coletiva, aos males da exclusão social e ao desenvolvimento cidadão e comunitário (FRANÇA, 2018).

Conferir à atividade cultural um sentido democrático requer um incremento do direito à cidadania, o que é feito, por exemplo, através do incentivo à participação (FRANÇA, 2018). Isso ocorre porque a participação é um divisor de águas na forma de pensar e agir do beneficiário da cultura, pois este passa a perceber mais diretamente os contornos da atividade cultural e quais suas necessidades, particularidades, resultados e influências no cotidiano.

Assim como no âmbito da democracia em um sentido geral, no qual a participação da sociedade é reveladora dos seus limites e de sua função política (como um regime que serve

aos interesses sociais, culturais, econômicos e valorativos de toda uma pluralidade subjetiva), na ideia da democracia cultural o agir participativo dos beneficiários e agentes da cultura serve, também, como indicativo de sua tangibilidade na sociedade e sua verdadeira função social (como consequência do reconhecimento da diversidade cultural).

No cenário de democracia cultural proporcionado pela CRFB/1988, que prevê um Sistema Nacional de Cultura de gestão compartilhada, aliado a um Plano Nacional de Cultura plurianual:

A criação de institutos participativos são ensaios no sentido de se alterar as relações de poder instauradas pela democracia liberal caminhando em direção a uma democracia participativa. Nesse sentido, se pretendia a inclusão de atores historicamente excluídos das decisões de política cultural [...] e a mobilização e participação do conjunto de interessados nas deliberações. Acompanhando esses movimentos, desenhos institucionais de natureza diversa foram previstos: conselhos, fundos, definição de Planos municipais e estaduais, conferências nas três esferas administrativas. Os movimentos culturais e artísticos ganharam protagonismo nesse arranjo proposto, desempenhando um papel fundamental na ‘institucionalização da diversidade cultural’ [...] (BOTELHO, p. 57, 2021, grifo do autor).

Repare-se a menção a atores historicamente excluídos dos processos decisórios para as políticas culturais, que nesse processo de redemocratização do Brasil ganharam destaque nas pretensões constitucionais para o fortalecimento de uma democracia cultural. Aqui entram manifestações de minorias étnicas, religiosas, da cultura popular e outras que não encontravam espaço na cultura de elite pré-redemocratização (que carregava consigo, ainda, os resquícios do pensamento de hierarquia cultural entre povos).

Para tanto, as representações populares propiciadas pela atual conjuntura constitucional brasileira da cultura, não existem somente para exprimir uma pluralidade inclusiva e uma certa capacidade deliberativa institucional: é preciso que essas representações/instâncias estejam dotadas de meios e instrumentos para efetivar as suas deliberações (BOTELHO, 2021).

Trazendo à tona as consequências da pandemia da COVID-19, aliada à fragilidade das decisões governamentais brasileiras para o setor cultural e criativo nesse momento, Isaura Botelho discorre sobre o arranjo institucional propício à reconstituição do cenário mais adequado à fertilidade das atividades de iniciativas culturais, destacando a valorização do **local**, dada sua proximidade maior com os cidadãos:

A pesquisa sobre os impactos desta pandemia realizada pela OBEC-UFBa, nos mostra o desalento que acompanha os profissionais e as organizações do mundo da arte e da cultura e seu clamor por políticas públicas que os aliviem e que permitam a recomposição de suas práticas profissionais. Dada a situação em nível federal, o correto será a articulação com os governos municipais e estaduais, gestando políticas de baixo para cima e alterando as relações de poder até agora instituídas no campo da cultura. A experiência sugere que dar de fato atenção ao local na diversidade de desenhos institucionais flexíveis podem melhor refletir a diversidade

de atores e de interesses, numa articulação multidisciplinar e institucional que reflete, de forma mais adequada, a transversalidade da cultura. (BOTELHO, 2021, p. 60-61).

Para a autora supra, a relevância de um fortalecimento local nesse período pandêmico nasce da confinidade entre as gestões estadual e municipal da cultura com as pessoas, ainda mais tendo como parâmetro as dimensões continentais do Brasil que tornam mais trabalhosas a aproximação da gestão pública federal. Ou seja: as soluções locais, que resultam das particularidades de cada município, estado ou região, se tornam mais viáveis por contemplarem melhor os anseios de sua população.

Abordar a democracia requer, necessariamente, falar em usufruto de direitos fundamentais, conforme já demonstrado pelo referencial teórico. Como definidora do exercício desses direitos, a cidadania é requerida, então, como imprescindível à conjuntura democrática, motivo pelo qual passa a ser abordada no tópico a seguir.

2.2 Cidadania

Falar sobre cidadania, e assegurá-la através dos instrumentos hábeis a isso, é um dever inevitável de qualquer democracia (até mesmo porque o regime democrático inexistente sem a cidadania como imperativo). Conforme o constitucionalista André Ramos Tavares (2012, p. 1039):

a concepção de cidadania adotada pela Constituição de 1988 coincide com aquela introduzida pela Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 e vincula-se, portanto, ao movimento de incorporação (internalização) dos direitos humanos e, acrescente-se, ao movimento da máxima efetividade dos referidos direitos.

Na citação acima é possível perceber a ligação do termo cidadania à efetividade de direitos humanos (que assim são chamados no plano internacional, mas no plano interno ao estado brasileiro são chamados de direitos fundamentais). Assim, conforme tem sido trabalhado até o presente momento, a cidadania é inafastável de um regime democrático, uma vez que este, em consonância ao que já foi dito nos tópicos anteriores, só é possível a partir da criação de direitos.

Neste ponto, começa-se a perceber a indivisível união existente entre **democracia, direitos e cidadania**, sendo, portanto, termos incondicionalmente vinculados (não há democracia sem a concessão de direitos e sem o exercício da cidadania; não há a existência plena de direitos em um regime não democrático, em que não há o respeito à figura do cidadão; e também não há cidadania sem estado democrático e sem um núcleo fundamental de direitos que competem aos indivíduos, individual e coletivamente).

Para o autor supra, levando em consideração o saber adquirido a partir dos escritos de Hanna Arendt, a cidadania pode ser compreendida como “a representação da pertença de um indivíduo a uma determinada ordem jurídica qualificada (no sentido de humanizada) que lhe garante a posição de sujeito de direitos” (TAVARES, 2012, p. 1040).

Importante mencionar a acepção de que a cidadania seria o “direito a ter direitos”, a qual ficou conhecida através de Hannah Arendt na obra “As origens do totalitarismo”, lançada originalmente em 1989. Contribuindo com essa perspectiva, Pablo Jiménez Serrano (2016) afirma que só há cidadania quando há a possibilidade de reivindicação de direitos. Ainda conforme este autor:

[...] ser cidadão é ter uma vida digna (ou minimamente decente para a sobrevivência). De qualquer forma, a questão da cidadania encontra-se profundamente enraizada na discussão de proteção dos direitos fundamentais da pessoa humana, na medida em que não se deve falar em cidadania se não puder falar em acesso efetivo a direitos fundamentais da pessoa humana. (SERRANO, 2016, p. 47).

A cidadania pode manifestar-se de várias formas. Como sua principal caracterização trabalhada neste estudo é a detenção de direitos – ou “o direito a ter direitos” como falado acima – ela poderá exprimir-se na concretização de direitos relativos à saúde, educação, locomoção, associação e tantos outros, assim como o faz nos direitos concernentes à cultura, que serão melhor trabalhados posteriormente.

Conforme Chauí (2009, p. 70) “[...] a democracia propicia, pelo modo mesmo do seu enraizamento, uma cultura da cidadania à medida que só é possível a sua realização através do cultivo dos cidadãos”. O que quer dizer a filósofa é que como a democracia é necessariamente aliada ao exercício cidadão pelos indivíduos, o seu próprio estabelecimento representa a criação de uma cultura da cidadania, penetrando nas vivências populares.

Isso parte do “cultivo” dos cidadãos, sendo cultivo um dos termos iniciais associados à cultura, proveniente do verbo latino *colere*, que quer dizer o cultivo, cuidado com algo/alguém, ou fazer crescer, conduzir à concretude de suas potencialidades (CHAUÍ, 2009). Logo, esse cultivo dos cidadãos que a autora associa ao que chamou de cultura da cidadania, refere-se à condução das potencialidades humanas, ou das potencialidades cidadãs: logo, da máxima eficácia dos direitos que formalmente são garantidos e que precisam apresentar-se concretamente.

Tratando de forma crítica a formação do entendimento de cidadania no contexto brasileiro, Aline Caldeira Lopes (2016) reúne bibliografia que chama a atenção ao fato de que, no Brasil, as lutas de classes trabalhadoras tiveram um papel fundamental na composição do entendimento de cidadania, como também ocorreu em outros países.

Contudo, as reivindicações dos trabalhadores no Brasil (diferentemente do que predominou nos países europeus, que visavam questões majoritariamente sindicais) objetivavam direitos para além do universo trabalhista, como, por exemplo, o direito à cidade (LOPES, 2016), de poder usufruí-la e de ter assegurada a cidadania em sentido amplo – ou como se tem trabalhado aqui, a reivindicação do direito a ter direitos.

Para a pesquisadora supramencionada, é possível “relacionar-se o processo de construção da cidadania brasileira com o cenário das lutas por reconhecimento e da politização da cultura, na contemporaneidade” (LOPES, 2016, p. 81). Isso quer dizer que o percurso feito para que a cidadania e a isonomia tivessem um debate mais presente na sociedade brasileira, bem como comesçassem a ser materialmente viabilizadas, veio justamente da insurgência de classes que buscavam reconhecimento de sua existência e um reconhecimento identitário, reivindicando a concretização de direitos fundamentais para si.

Uma outra palavra que está diretamente associada à cidadania (e, consequentemente, à democracia e aos direitos) é a participação. De acordo com os estudos da filósofa Marilena Chauí (2009), os direitos, que se exprimem através da cidadania, permitem que pessoas em situações injustamente desiguais conquistem igualdade, momento no qual adentram no espaço político para requerer sua participação nos direitos já existentes e, também, participar da criação de novos direitos.

Essa participação não necessariamente se resume a um ato direto na criação de leis (como faz o Poder Legislativo) ou na execução de atos administrativos (como faz o Poder Executivo), por exemplo. Ela está presente na escolha de representantes que se responsabilizarão pela governabilidade do poder público, e, também, na própria participação da vida social através do exercício de direitos fundamentais, como a liberdade de expressão, o direito de ir e vir, a participação na vida cultural e tantos outros que fazem parte do universo de direitos que pertencem aos humanos.

Nesse sentido, a democracia, enquanto o ambiente favorável ao desenvolver das potencialidades cidadãs, “exige a ampliação da representação pela participação, o que leva ao surgimento de novas práticas, que garantam a participação como ato político efetivo” (CHAUÍ, 2018, p. 417).

A partir de agora, necessário relacionar os conceitos trabalhados até então com o contexto de enorme influência das tecnologias da informação e comunicação que tem sido vivido por todo o mundo há algumas décadas, principalmente após a entrada do século XXI.

Essa realidade traz consigo novos formatos de participação social e de exercício de direitos, que devem ser considerados e pensados na dinâmica democrática enquanto

ferramentas capazes de potencializar a cidadania, a exemplo: plataformas oficiais de transparência do governo; cadastros em serviços públicos; acesso a informações diversificadas com facilidade; liberdade de expressão e comunicação em redes sociais; dentre muitas outras possibilidades, mas, para mencionar duas específicas relativas ao âmbito cultural, pode-se falar da plataforma da política nacional de cultura viva e o Sistema de Acesso às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC), que também são hábeis a contemplar iniciativas da economia criativa.

Outra questão que é influenciada por essa realidade recente historicamente, refere-se à amplitude do alcance da cidadania. Sobre isto, Serra e Serra (2017, p. 30, grifo do autor) anunciam que:

[...] o pensamento político clássico sobre a democracia refere-se, de forma mais ou menos explícita, a uma democracia que existe no contexto de um estado-nação; a própria ideia clássica de cidadania tem como pressuposto esse mesmo estado-nação. Ora, nestes tempos que vivemos, uma política democrática ‘pós-liberal’ implica estender a democracia em duas direções diferentes e complementares: para cá do nacional, para o regional e o local, incluindo aqui a autarquia local, a escola, o local de trabalho, etc.; e para lá do nacional, para o transnacional e o global.

Esse cenário abre caminhos para uma combinação de realidades que misturam a localidade e a globalidade e permitem fluxos de informações que antes restavam impossibilitados em razão de uma difusão menos expressiva de meios de informação e comunicação, tal como se percebe na atualidade. Dessa forma, “a democracia, a política e a cultura são desafiadas a se adequar a esta nova sociabilidade em rede, que combina de maneira umbilical o global e o local” (RUBIM, 2017, p. 55).

Finalizando as considerações acerca da cidadania em um sentido mais amplo, cabe falar brevemente sobre o tratamento da matéria na Constituição Federal de 1988, conhecida como grande marco do processo de redemocratização brasileira.

Para a CRFB/1988 a cidadania não tem “apenas” esse caráter de concessão de direitos, como tem, também, carga principiológica no sistema constitucional e é apresentada como um dos fundamentos da República Federativa do Brasil, no artigo 1º. Isto revela a ubiquidade da cidadania na sociedade brasileira em seu formato estabelecido contemporaneamente, significando que todo o sistema constitucional deverá estar atento à sua proteção e consolidação.

Alinhado a essa percepção, Cunha Filho (2010, p. 183) diz que “Ter a cidadania como um ‘Fundamento da República Brasileira’ corresponde à compreensão de que ela é inerente à toda e qualquer atividade estatal (saúde, educação, cultura, meio ambiente)”.

Qualquer prática lesiva ou contrária ao exercício da cidadania deverá ser considerada inconstitucional, portanto passível de nulidade, anulação ou algum tipo de sanção. Isso reflete o caráter submisso que o Estado deve ter perante a vontade popular no entendimento constitucional brasileiro vigente, a entendendo como soberana em seu poder e sendo expressa através da cidadania.

2.2.1 Cidadania Cultural

Adentrando as especificidades do conceito de cidadania cultural, Marilena Chauí (2016), uma das principais teóricas brasileiras a abordar o tema da cidadania e da democracia associadas à cultura, coloca a ideia de cidadania cultural a partir da percepção da cultura como direito do cidadão. A filósofa e ex gestora pública, definindo os moldes que deve tomar uma política regida pela ideia de cidadania cultural, afirma que:

a cultura não se reduz ao supérfluo, ao entretenimento, aos padrões do mercado, à oficialidade doutrinária (que é ideologia), mas se realiza como direito de todos os cidadãos, direito a partir do qual a divisão social das classes ou a luta de classes pode manifestar-se e ser trabalhada porque, no exercício do direito à cultura, os cidadãos, como sujeitos sociais e políticos, diferenciam-se, entram em conflito, comunicam e trocam suas experiências, recusam formas de cultura, criam outras e movem todo o processo cultural. (CHAUÍ, 2009, p. 50).

O que a autora propõe é que quando se fala em cidadania cultural, trata-se do cidadão enquanto um sujeito e agente social que deve gozar dos direitos relativos à cultura, esta tomada por uma definição não reducionista e passível de reiteradas transformações, assim como são as dinâmicas sociais como um todo: suscetíveis de mutabilidade e trocas contínuas.

Se a democracia requer a proteção e concessão de direitos e a cidadania, que precisa do estado democrático, configura-se, conseqüentemente, enquanto o “direito a ter direitos”, com direta relação com a participação na vida social, a cidadania cultural mostra-se, nessa linha, como a justa distribuição dos direitos culturais aos indivíduos de uma dada sociedade, dando-lhes oportunidade de acessar, participar, colaborar, construir e disseminar esses direitos.

A partir dos conceitos e temas concatenados neste capítulo, entende-se que a cidadania cultural pode exprimir-se através de ações como: democratização do acesso aos bens de cultura (ou seja, o aumento da possibilidade de alcance desses bens de maneira plural e isonômica); aumento de meios de participação na vida cultural; favorecimento de condições para o fazer cultural; e outras.

A CRFB/1988 prevê no seu artigo 216-A, fruto da emenda constitucional nº 71/2012, um Sistema Nacional de Cultura organizado em regime de colaboração, de forma descentralizada e participativa, que vê nesse modelo de gestão uma maneira de prover desenvolvimento humano, econômico e social, conforme o próprio texto do dispositivo constitucional. Como se nota, a Constituição endossa a organização da cultura dentro do Brasil a partir de um sistema compartilhado e participativo (com representações dos setores populares) – de onde pode-se perceber o reconhecimento da cidadania cultural como imperativo.

Essa gestão tem como princípios, dentre outros: a universalização do acesso aos bens e serviços culturais; o fomento à produção, difusão e circulação de conhecimento e bens culturais; a descentralização articulada e pactuada da gestão, dos recursos e das ações; a democratização dos processos decisórios com participação e controle social; a integração e interação na execução das políticas, programas, projetos e ações.

O caráter cidadão presente na base principiológica do tratamento constitucional da cultura fica muito explícito quando se vê a valorização da efetiva participação social nos processos decisórios, uma vez que a participação é um conceito intimamente associado à cidadania, em sentido amplo ou estrito. Ao se recordar que a Constituição Federal de 1988 é um símbolo do processo de redemocratização brasileira, após anos de poderio e regime militares, fica mais evidente a necessidade de uma preocupação com a tutela constitucional da cidadania – enquanto condição de um regime democrático, como já fortemente colocado.

É através dos moldes propostos pela CRFB/1988 que Marilena Chauí, filósofa, escritora e ex-secretária de cultura de São Paulo durante a gestão municipal de Luiza Erundina (de 1989 a 1992), criou e coordenou a Política de Cidadania Cultural de São Paulo, que, como ponto focal, trata a cultura como um direito e como trabalho de criação dos sujeitos (CHAUÍ, 2006). Nessa política, dentre as diversas formas de expressar a cidadania cultural, estavam: o direito a produzir cultura; o direito de usufruir os bens da cultura; o direito à informação e à comunicação; o direito à experimentação, à invenção do novo nas artes e nas humanidades; o direito a espaço para reflexão, debate e crítica.

A cidadania cultural também ganhou novas formas de manifestação e exercício com a expansão das TICs e com os novos caracteres das sociedades do conhecimento, o que será, inclusive, discutido no capítulo referente à economia criativa, que, além de outras características, tem nesses novos formatos de comunicação um de seus pontos-chave.

Isso ocorre porque é característico da própria democracia a resiliência às transformações sociais, gerando novas formas de participação, novos conflitos, novas

necessidades e novas demandas. Essas transformações (que também são culturais) acabam obrigando o regime democrático a criar novas ferramentas de exercício dos direitos, como aconteceu com a imperatividade das TICs no cotidiano, trazida pela sociedade da informação. Essa obrigatoriedade imposta pelas transformações socioculturais explanam a umbilical relação entre cultura, democracia, direitos e cidadania. Nesse sentido, Rubim (2017, p. 56) discorre:

A cultura associada a suas manifestações identitárias, às diversidades culturais e aos diálogos interculturais tensionam a democracia, em busca de inauguradores direitos culturais, que lastreiam a cidadania cultural, nova dimensão do direito a ter direitos, conforme instigante concepção de cidadania. Em suma: cultura, direitos, cidadania, política e democracia estão imersos em abertas e profundas mutações.

Dessa forma, se todas as dinâmicas e práticas sociais estão em constante mudança, é coerente que as formas de exercitar a cidadania sejam uma realidade também mutável. E isso só é possível dentro de um regime democrático, assim como assinala Chauí (2009, p. 54) “pela criação dos direitos, a democracia surge como o único regime político realmente aberto às mudanças temporais, uma vez que faz emergir o novo como parte de sua existência e, consequentemente, a temporalidade como constitutiva de seu modo de ser.”

Para Francisco Humberto Cunha Filho (2010) o conceito de cidadania cultural seria uma especificação deste fundamento da República Federativa do Brasil no setor da cultura, englobando, essencialmente, uma ideia principal – que seria a participação. Além disso, o autor chama atenção para o fato de que os formatos de exercício da cidadania cultural não estão completamente listados na Constituição brasileira ou nas leis específicas para o setor. Isso ocorre porque muitas dessas possibilidades estão contempladas por pressupostos ou princípios gerais do ordenamento jurídico brasileiro.

Essa observação é feita para nos levar a uma atenção especial quanto à aplicabilidade desses direitos, que gozam também de uma proteção tácita, ou seja, estão protegidos mesmo quando não estão escritos expressamente. Isso é: os direitos protegidos pela cidadania cultural não devem ser mitigados por conta de falta de menção expressa, principalmente quando se rememora que esses mesmos direitos são historicamente recentes no Brasil, levando-se em consideração os ordenamentos constitucionais anteriores ao estabelecido em 1988.

Nesse mesmo sentido, França (2018) explica que a compreensão da cidadania no âmbito cultural deve levar em conta o envolvimento de um grupo de direitos, como, por exemplo, os direitos ao desenvolvimento humano, à criação, produção, participação, escolha de identidades e o sentimento de pertencimento.

As possibilidades trazidas pela autora acima não estão todas textualmente escritas nas normas brasileiras, mas, coadunando com o que foi falado anteriormente, essas formas de exercer da cidadania cultural podem e devem ser desempenhadas, contando com absoluta proteção da CRFB/1988. Isso porque cada uma dessas ações encontra respaldo nos mandamentos constitucionais através da coerente interpretação da Constituição, levando em consideração seus princípios e intenções.

2.3 Direitos Culturais

Após a apresentação dos entendimentos de democracia, direitos e cidadania, bem como a particularização desta no âmbito cultural, compreende-se que há itinerário teórico suficiente para iniciar a discussão sobre os direitos culturais.

Nos tópicos anteriores, foi bastante debatida a concessão de direitos e sua relação com a democracia. Mas o que seriam, em si, os direitos? Conforme Francisco Humberto Cunha Filho na obra ‘Teoria dos Direitos Culturais: Fundamentos e Finalidades’, direito é “um bem jurídico que integra o patrimônio de quem o possui (titular) e, em virtude disso, pode ser defendido contra tudo e todos, inclusive contra o Estado” (CUNHA FILHO, 2018, p. 31).

Logo, em consonância com essa definição, os direitos são bens dos quais os indivíduos têm a posse, e como possuidores desses bens (assim como ocorre com a posse de coisas palpáveis, ou a posse de títulos ou outros tipos de posse contempladas pelo direito brasileiro) os sujeitos têm o condão de reivindicá-los, mesmo que essa reivindicação seja contra uma eventual lesão ou restrição realizada pelo poder público (que é o responsável por sua tutela). Nesse sentido, os direitos culturais consistiriam em bens jurídicos relativos à vida cultural, compondo o patrimônio imaterial de seus titulares.

Segundo Carvalho (2018), não há ainda um consenso, nem nacional e nem internacional, acerca da tipificação de um catálogo exato de direitos culturais. Mesmo assim, não há dúvidas de sua proteção enquanto direitos fundamentais no direito brasileiro, vez que são expressamente mencionados no artigo 215 da CFRB/1988 e que o próprio dispositivo que trata dos direitos e garantias fundamentais (artigo 5º) conclui em seu texto que “os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil faça parte”.(BRASIL, 2017).

O constitucionalista José Afonso da Silva (2014, p. 317-318), a partir de uma interpretação do sistema constitucional brasileiro, classifica os direitos culturais da seguinte forma:

a) direito de criação cultural, compreendidas as criações científicas, artísticas e tecnológicas; (b) direito de acesso às fontes da cultura nacional; (c) direito de difusão da cultura; (d) liberdade de formas de expressão cultural; (e) liberdade de manifestações culturais; f) direito-dever estatal de formação do patrimônio cultural brasileiro e de proteção dos bens de cultura [...]

Importante mencionar que o termo “direitos culturais” no ordenamento jurídico nacional foi inaugurado com a Constituição democrática de 1988, não deixando espaço para dúvidas quanto à obrigatoriedade de respeito aos mesmos através do direito constitucional pátrio, bem como trazendo à tona seu caráter de direito fundamental.

Portanto, para caracterizar os direitos culturais como fundamentais, os primeiros devem ter um dos seguintes perfis: 1) devem estar inseridos no texto constitucional, preferencialmente em capítulo específico; 2) se não estiverem na Constituição, sua existência deve ser tão significativa a ponto de ser abraçada pelos princípios que informam o conjunto de direitos fundamentais, em seu aspecto material ou substancial (CUNHA FILHO, 2018, p. 40).

Do trecho acima, de início, há o enquadramento na primeira categoria dos direitos culturais como são tratados no Brasil, uma vez que na Constituição há um espaço de exclusividade para eles, qual seja a seção II (DA CULTURA) do capítulo III (DA EDUCAÇÃO, DA CULTURA E DO DESPORTO) do título VIII (DA ORDEM SOCIAL). Além disso, há nos direitos culturais sob a perspectiva brasileira, a adequação também ao segundo tópico, que representa sua materialidade constitucional, ou seja, o conteúdo de direito constitucional.

Em termos pragmáticos e delimitadores, porém, por dedução do que consta nos documentos jurídicos acima mencionados (declarações e constituições) e da observação do que compete aos órgãos estatais de cultura implantar, observa-se que os direitos culturais operacionalizáveis, ou seja, que podem ser materializados ou violados e, neste caso, juridicamente recompostos, são os atinentes a três campos muito claros: o das artes, o da memória coletiva e o do fluxo dos saberes, fazeres e viveres.

Assim, um trabalho acadêmico que verse sobre qualquer dessas temáticas pode ser considerado do campo dos direitos culturais, desde que a ênfase seja jurídica, não necessariamente a partir da ótica dos chamados operadores do direito, mesmo porque tão legítimos quanto os juristas para manusear o direito de regência de suas vidas são todas as pessoas por ele afetadas. (CUNHA FILHO; BOTELHO; SEVERINO, 2018, p. 30).

A partir dessa argumentação, Francisco Humberto Cunha Filho, Isaura Botelho e José Roberto Severino dividem os direitos culturais em três grandes grupos, que poderiam representar a divisão dos direitos culturais em sua materialidade e estariam passíveis de instrumentos de tutela concreta como, por exemplo, a tutela jurisdicional.

Os autores definem que os trabalhos que versam sobre qualquer dessas três vertentes, desde que sob uma perspectiva jurídica, contemplam o conteúdo dos direitos culturais (não se restringindo às considerações de pessoas que trabalham com o universo jurídico, devendo somente a abordagem ser jurídica para ser assim considerado). Essa colocação feita pelos autores explicita o caráter do presente trabalho, que intenciona justamente demonstrar a aplicabilidade e dinâmica dos direitos culturais nos processos da economia criativa.

Como já descrito, a Constituição de 1988 coloca, em seu art. 5º, os tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil faça parte como legítimos a complementar os direitos fundamentais protegidos constitucionalmente. Nessa perspectiva, a partir de leitura sistêmica de documentos das Nações Unidas e tratados internacionais, Bernardo Novais da Mata Machado (2011), apresentando traços de similaridade com a classificação proposta por José Afonso da Silva em análise ao sistema constitucional brasileiro, formulou o seguinte núcleo de direitos culturais:

[...] direito à identidade e à diversidade cultural (ou direito à memória ou, ainda, direito à proteção do patrimônio cultural); direito à participação na vida cultural (que inclui os direitos à livre criação, ao livre acesso, à livre difusão e à livre participação nas decisões de política cultural); direito autoral; e direito/dever de cooperação cultural internacional (ou direito ao intercâmbio cultural) (MACHADO, 2011, p. 106).

Os direitos culturais acima seriam um compilado que toma por base a formulação de documentos e tratados internacionais que tutelam ou mencionam esses direitos em seus escritos. Logo, apresentam uma visão internacional do tema.

Em visão mais antropológica, Meyer-Bisch (2011, p. 28) diz que os direitos culturais são aqueles que “autorizam cada pessoa, sozinha ou coletivamente, a desenvolver a criação de suas capacidades. Eles permitem a cada um alimentar-se da cultura como a primeira riqueza social; eles constituem a substância da comunicação, seja com o outro ou consigo mesmo [...]”.

Na perspectiva acima os direitos culturais são colocados como caminho de desenvolvimento das capacidades humanas e como responsáveis por permitir o usufruto da cultura como herança socialmente relevante, que deve fazer parte do contato primeiro do sujeito com seu meio social.

Nichollas de Miranda Alem, que atuou como Consultor em Políticas Culturais da UNESCO em 2018, tomando por base os entendimentos de tal instituição do sistema da Organização das Nações Unidas (ONU) e as considerações da Declaração de Friburgo (documento elaborado por pesquisadores e trabalhadores da cultura como sugestão de marco internacional para direitos culturais), afirma que os direitos culturais são aqueles que:

[...] tutelam a criação, transmissão, transformação, preservação e fruição dos valores, crenças, convicções, línguas, conhecimentos, artes, tradições, instituições e modos de vida pelos quais uma pessoa ou um grupo de pessoas expressa sua humanidade e os significados que dá à sua existência e ao seu desenvolvimento (ALEM, 2018, p. 229).

Corroborando com todas as referências teóricas e conceituais estabelecidos até então, a conceituação acima demonstra a ligação dos direitos culturais com o passado, o presente e o futuro. Com o passado a partir do momento que valoriza as questões relativas às tradições, por exemplo. Com o presente quando retrata as convicções presentes, que diz sobre como os indivíduos se definem e existem enquanto sujeitos sociais. E com o futuro quando prima pelo desenvolvimento do indivíduo.

O mesmo autor, agora em análise aos dispositivos constitucionais que tratam sobre o tema, enumera os seguintes direitos culturais (que em muito convergem com as classificações feitas pelos autores discutidos anteriormente):

[...] o direito autoral, que protege as relações de natureza patrimonial e moral do autor com sua obra (artigo 5º, XXVII e XXVIII); o direito à liberdade de expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, que garante a livre exteriorização das ideias (artigos 5º, IX, e 215, §3º, II); o direito à preservação do patrimônio histórico e cultural, que implica na manutenção daqueles espaços, bens ou memórias tidos como bens simbólicos por um determinado grupo (artigos 5º, LXXIII, e 215, §3º, inciso I); o direito à diversidade e identidade cultural, que permite a cada indivíduo conservar os saberes próprios de seu modo de criar, fazer e viver (artigo 215, caput, § 1º, 2º, 3º, V, 242, § 1º); e, por fim, o direito de acesso à cultura, que tutela a possibilidade de aproveitamento e participação na vida cultural da sociedade (artigo 215, §3º, II e IV). (ALEM, 2018, p. 229)..

Por fim, curioso notar que assim como o Direito em si é resultado de uma construção cultural humana (responsável pelo estabelecimento de normas de convivência com carga valorativa), a cultura passa a ser um objeto de tutela da sua própria criação, quando recebe da Constituição e das leis um tratamento especial, conferindo-lhe essencialidade para a dignidade humana.

2.4 Globalização e Identificação Cultural

Conforme já dito em outras oportunidades, as pesquisas que envolvem cultura nas últimas décadas precisam levar em consideração as transformações sociais geradas pelas tecnologias da informação e da comunicação – e pelo fenômeno da globalização – que favoreceram o surgimento de estruturas sociais que valorizam o conhecimento, o pensamento e a informação.

Em várias de suas obras e escritos, Manuel Castells (2013a) aborda a questão da globalização e as formas de comunicação que foram se desenvolvendo ao longo desse

processo. Em *O poder da comunicação*, mais precisamente no capítulo segundo, onde o autor fala acerca da comunicação na denominada “era digital”, Castells escreve sobre o que chamou de ‘eixos bipolares’, que seriam componentes de transformação cultural do nosso mundo e que atuam em bases opostas.

Os eixos bipolares são: a contraposição entre *identificação* (valores que se reconhecem especificamente em determinados grupos humanos) e *globalização* (aparecimento de valores que se comunicam em grande parte do mundo); e o limbo entre comunalismo (que seriam os valores e crenças nos quais o bem coletivo de uma comunidade é prioritário em relação a satisfação pessoal) e individualismo (satisfação individual prevalecente). Aqui será abordado especialmente a primeira oposição – identificação e globalização. (CASTELLS, 2013a).

A *identificação cultural* seria a “existência de conjuntos de valores e crenças específicos em que se reconhecem determinados grupos humanos” (CASTELLS, 2013a, p. 172), sendo influenciados, normalmente, por aproximação geográfica e pelo histórico de organização social, não se excluindo a possibilidade de sua formação não espontânea a partir de um projeto de construção identitária (mas neste último caso seria uma internalização provocada por instituições dominantes). Em contrapartida, a *globalização cultural* seria o fruto de valores e crenças compartilhados mundialmente (CASTELLS, 2013a).

Na mesma obra o escritor questiona a real existência de uma cultura que pode ser considerada global, ou seja, se é possível falar em um padrão global cultural, onde haveria um cosmopolitismo que unificaria diferenças étnicas, comunitárias, regionalismos e outros fatores peculiares a diferentes agrupamentos humanos.

Apesar de haver, incontestavelmente, uma tendência à criação de certos padrões globais (por estarem presentes em uma maioria populacional em todos os continentes), como o consumo através de moeda e a comunicação virtual, refuta-se esta teoria em razão dos inúmeros costumes, práticas e formas de viver diferenciados em cada sociedade, que mitigam a ideia da globalização de um único padrão cultural cosmopolita e unificador.

Um exemplo disto, são os diferentes significados atribuídos a um mesmo objeto ou expressão cultural, que possuem relevância e valores distintos para agrupamentos sociais também distintos. A relevância de um adorno indígena, por exemplo, para sua comunidade e seus pares é completamente diferente dos significados atribuídos por povos brancos, que normalmente tratam como utensílio desprovido da real simbologia que o cerca.

Um outro exemplo é que a importância de uma manifestação popular nordestina como o bumba-meu-boi é diferente no Maranhão (local onde há forte presença da brincadeira) e no

Espírito Santo – que são estados que partilham do mesmo território nacional, mas nem por isso partilham, no todo, dos mesmos hábitos culturais.

Em outra obra, intitulada “O poder da identidade”, Castells (1999) expõe que a nascente de significados de um povo é a identidade. Para o sociólogo, “identidades organizam significados” (CASTELLS, 1999, p. 23), estes últimos que se traduzem em identificações simbólicas por parte de um agente ou mais agentes sociais. Basicamente, coloca-se a produção e gestão de significados como resultado de uma identidade formada gradualmente, convergindo pessoas em interesses e vivências similares.

Assim, torna-se delicado falar em uma globalização cultural capaz de unificar experiências e origens completamente diferentes, como se fosse possível padronizar signos, simbologias, hábitos e finalidades de povos diferentes – por mais que haja uma tendência global que explicitamente faz predominar certos consumos e alguns hábitos massificados.

Sobre a globalização, Ortiz (2009, p. 235) chama a atenção para o fato de que seus estudos se desenvolveram tendo como natureza o desejo de “entender os mecanismos da nova ordem mundial, como ela se estrutura”, portanto possuindo tendência mais objetiva e favorecendo teorias administrativas e econômicas, diferente das incursões teóricas acerca da pós-modernidade que envolvem dimensões mais filosóficas envolvendo os indivíduos. Por isto, o sociólogo em comento prefere a terminologia ‘mundialização’ para tratar da cultura, em detrimento de ‘globalização’. Deste entendimento é possível extrair a divergência epistêmica entre globalização e cultura, esta de natureza mais reflexiva.

Apesar disso, é incontestável a existência, rapidez e predomínio dos processos de globalização, que trouxeram consigo a velocidade informativa e, após algumas mutações no decorrer de seu desenvolvimento, a possibilidade da autocomunicação (diferentemente de quando a TV e o rádio eram as tecnologias comunicacionais protagonistas). Na autocomunicação o próprio indivíduo é capaz de comunicar-se e expressar-se aos demais, não sendo necessário o filtro ou a seleção de uma rede de comunicação televisiva, por exemplo, para que mensagens tenham alcances consideráveis em número de receptores e de territórios.

O curso da globalização e das mudanças nas relações humanas em níveis globais integraram a modernidade e permanecem integrando a contemporaneidade. Alguns termos foram cunhados para descrever o período atual, que, acredita-se, não se encaixa mais no conceito pensado para modernidade. Uns denominam a atualidade de pós-modernidade, outros de modernidade tardia ou ainda modernidade líquida, conferindo a ela o cenário de relações humanas menos perenes e o favorecimento da liquidez de pensamentos, relacionamentos e vínculos.

Para Zygmunt Bauman (2013), autor adepto da terminologia modernidade líquida, um aspecto importante da globalização (desde o seu princípio nos primeiros passos da modernidade) é a migração global de pessoas, que se difere da migração de povos que ocorria na era medieval, e foi fundamental para a modernização do mundo. Este aspecto colaborou em uma nova interpretação dos direitos humanos, prescrevendo mútua tolerância, mesmo que ela não se traduza em uma necessária mútua solidariedade (BAUMAN, 2013).

Isso quer dizer que o fluxo aumentado de imigrações de sujeitos contribui para que esses sujeitos passem a ser percebidos como componentes sociais relevantes (positivamente, quando a xenofobia não toma a frente do raciocínio, ou negativamente, quando, mesmo sendo percebidos, não são de todo desejados ou bem quistos). Nesse caso, falar em mútua tolerância é falar em aceitar a existência, mas nem sempre em prestar solidariedade.

Curiosamente, conforme o autor acima, esta parte da globalização, qual seja a migração em massa de indivíduos, acabou servindo como colaboradora para suprimir a ideia de hierarquização de culturas, que, como já dito, tinha por base determinados padrões europeus de sociedade. Essa quebra de hierarquia, ou relativismo cultural, gera uma concepção ampliada de cultura, que à época inaugurou a antropologia social e a antropologia política já no século XX (CHAUÍ, 2009).

A partir de então houve a ampliação de estudos, pelos sociólogos, antropólogos e outros estudiosos das ciências humanas e sociais ocidentais, acerca da autonomia das identidades presentes em cada cultura. Trata-se de perceber as divergências culturais sem desvalidar os processos identitários que as integram, contribuindo para deixar para trás, aos poucos, estudos errôneos que compactuavam com o pensamento etnocêntrico.

No contexto das últimas décadas, com uma verdadeira explosão de tecnologias comunicativas, o relativismo cultural passou a ser uma ideia mais acessível às pessoas, através dessas ferramentas. Ainda que haja, até hoje, um processo dificultoso nesse reconhecimento, o que é resultado de séculos de colonização territorial e cultural propagando a elitização das culturas de certos povos/países.

Stuart Hall (2006), sociólogo estudioso do multiculturalismo e adepto da denominação “modernidade tardia” outrora trazida a comento, afirma que nesta modernidade tardiamente estabelecida (utilizando como base construções advindas dos escritos de Ernest Laclau e David Harvey) os sujeitos estão sempre passíveis de diferentes posições/identidades, em razão dos antagonismos sociais muito presentes nessa era.

O que se apreende é que, envoltos por uma série de signos e influências dos vários sistemas sociais que vivenciam, os sujeitos podem ora priorizar certa área de suas

composições identitárias e ora priorizar outras áreas. Por exemplo, o indivíduo por vezes é mais influenciado por padrões de globalização, como consumir um produto distribuído mundialmente e em massa de determinada marca, e em outras ocasiões pesa sobre ele aquilo que é regional, ou local. A organização institucional e social dos diferentes países/estados/cidades influencia bastante nisso.

Para Castells (1999, p. 24, grifo do autor), levando em consideração a existência de relações de poder nas sociedades, há a distinção de três tipos de formação da identidade:

- *Identidade legitimadora*: introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais, tema este que está no cerne da teoria de autoridade e dominação de Sennet, e se aplica a diversas teorias do nacionalismo;
- *Identidade de resistência*: criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade [...];
- *Identidade de projeto*: quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social. [...]

Mais à frente, a presente pesquisa tratará do porquê da economia criativa poder ser mais diretamente incluída na **identidade de projeto** e, por vezes, em **identidade de resistência**, sendo normalmente afastada da identidade legitimadora. Todavia, chama-se a atenção para o fato de que, apesar de estar usualmente distante da identidade legitimadora, a economia criativa poderá, também, servir como instrumento deste tipo de identidade caso utilizada enquanto política de disseminação e propaganda de governos em tentativa de domínio social.

Contudo, o que se coloca nessa pesquisa é a economia criativa enquanto fenômeno que surgiu socialmente através de atividades culturais e criativas que foram se monetizando em razão de sua existência dentro de um cenário capitalista, e não por uma invenção institucional nacional ou internacional num primeiro plano teórico para depois ser forçosamente introduzida em grupos sociais. Primeiro ela surge enquanto fenômeno social, depois enquanto setor que precisa do apoio e do investimento institucionais.

Um autor que trata também sobre questões identitárias na modernidade é Anthony Giddens (2002). Em sua obra “Modernidade e Identidade” há a abordagem sobre a dialética existente entre aquilo que é global e o que é local. No glossário de conceitos trabalhados no livro, essa dialética seria “o jogo de oposições entre envolvimento locais e tendências globalizantes” (GIDDENS, 2002, p. 222). Isso significa que há uma propensão de constante diálogo interno às pessoas que combina ou sopesa aquilo que é localmente integrante da sua

construção cultural e as inclinações globalizantes que fizeram e/ou fazem parte do seu cotidiano.

Essa dialética, também trabalhada por outros estudiosos, impactou os processos de comunicação dos seres humanos e deu origem a novas composições teóricas como, por exemplo, o surgimento do termo e do entendimento da ‘glocalização’, que será melhor discutida a seguir.

2.5 As TIC’s e a comunicação em rede

As chamadas TIC’s podem ser consideradas um verdadeiro fenômeno em níveis globais, em razão do rápido alcance que conquistaram, da enorme adesão de pessoas que as utilizam cotidianamente e de como foram fundamentais nos processos de comunicação contemporâneos às últimas décadas do século XX e, aprimoradas, no século XXI.

Lucia Santaella (2010, p. 312), em sua obra “A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade”, explica que essa expansão tecnológica, viabilizando o multi acesso à internet, foi forte colaboradora para a “construção, o desenvolvimento, o reforço e a multiplicação das autoidentidades”. Essa conclusão da autora demonstra o poder de autocomunicação propiciado pelas TIC’s, que deu abertura à criação de redes virtuais que formam verdadeiras comunidades, baseadas em afinidades que levaram àquelas pessoas a, intencionalmente, se conectarem umas às outras.

Para a semioticista, a ascensão e grande adesão da web, destacando-se as redes sociais na fase da web 2.0, são capazes de provar a autenticidade de comunidades formadas virtualmente (SANTAELLA, 2010). Isto é, os agrupamentos sociais reunidos de forma virtual são tão reais quanto as comunidades estabelecidas fisicamente, também gerando impacto sobre a vida dos indivíduos e os influenciando a certos comportamentos e ideias.

Com a formação de comunidades virtuais, formam-se conexões também culturais, que unem pessoas através de suas preferências e afinidades e favorece a troca de experiências. Conforme Castells, tratando sobre como se dão as articulações em rede, há a criação de comunidades, e esse modo de se organizar em “comunidade se baseia na proximidade” (CASTELLS, 2013b, p. 15) com o outro, sem hierarquias ou mediadores entre remetente e destinatário.

Com a possibilidade de autocomunicação dentro de redes virtuais, o conhecimento de costumes, objetos, influências e culturas em níveis locais passaram a ser difundidos e apresentados às pessoas mais facilmente. O conhecimento de vários costumes e modos de

viver, em diferentes localidades no mundo, começaram a ser compartilhados para um alto número de pessoas. Todo esse contexto favorece o surgimento do termo ‘glocalização’, que se refere ao fenômeno glocal, “uma das mais originais invenções tecnoculturais contemporâneas” (TRIVINHO, 2013, p. 28).

Para Trivinho (2013, p. 28):

O glocal representa a mistura inextricável, embora não internamente harmônica e homeostática, entre o contexto de acesso/recepção/retransmissão/irradiação (no qual o corpo se encontra e a consciência atua) e o universo imagético-informacional das redes e telas midiáticas.

De maneira mais direta, a glocalização consistiria nas influências mútuas entre o que vem do global e o que vem do local, como, por exemplo, o acesso a produções e produtos regionalizados: antes conhecidos e acessíveis a um grupo restrito de pessoas em um espaço geográfico determinado, agora com a possibilidade de serem conhecidos fora dos limites territoriais de costume, processo facilitado através da difusão de informações em meios de comunicação.

Voltando à questão da formação de redes de comunicação virtuais, e quanto às relações subjetivas internas a elas, ao contrário do espaço geográfico em que nascemos e crescemos, o espaço virtual se apresenta mais maleável às escolhas individuais em termos de afinidade, abrindo espaço para a seleção de conteúdos, debates e significados conforme convicções pessoais pré-existentes (advindas do contexto cultural e social físico daquele sujeito).

Para Castells (2013a, p. 175):

Na era da internet as pessoas não se isolam na solidão da realidade virtual. Pelo contrário, ampliam a sua sociabilidade utilizando a multitude de redes de comunicação à sua disposição, mas fazem-no de maneira seletiva, construindo o seu mundo cultural segundo as suas preferências e projetos.

Dessa forma, a comunicação em rede cria uma sequência de conexões inacabáveis, através da sua multitude de possibilidades, conforme mencionado por Castells, que torna possível a criação de uma série de comunidades de interesses variados. A forte presença do tecnológico nas últimas décadas, e das aspirações comunicacionais que a acompanham, possibilitou que, no meio virtual, as estruturas sociais fossem relativamente mitigadas, conferindo mais liberdade na comunicação, como se as “redes substituíssem estruturas” (BAUMAN, 2013, p. 9) sociais mais rígidas e perenes.

Ainda sobre a disposição de comunicação em redes, o geógrafo brasileiro Milton Santos afirma que essas redes “seriam incompreensíveis se apenas as enxergássemos a partir

de suas manifestações locais ou regionais. Mas estas são também indispensáveis para entender como trabalham as redes à escala do mundo” (SANTOS, 2006, p. 182).

A comunicação em rede chegou em um contexto mundial globalizado, com caracteres e resultados em níveis globais. Todavia, para compreender de que forma ocorrem essas articulações em rede, e como elas organizam suas interações, não podem ser esquecidas as formações em comunidades locais ou regionais (que acabam influenciando diretamente no tipo de relações escolhidas pelos sujeitos nas redes de comunicação).

Não há como se mencionar a comunicação em rede sem tratar da questão da glocalização, ou seja, dessa troca concomitante entre os fenômenos em nível global e em nível local ou regional. Em continuação, o geógrafo Milton Santos destaca que as redes atuam como um “veículo de um movimento dialético que, de uma parte, ao Mundo opõe o território e o lugar; e, de outra parte, confronta o lugar ao território tomado como um todo” (SANTOS, 2006, p. 182).

Não há nas redes de comunicação uma força motriz em si mesmas, que é, na verdade, o movimento social (SANTOS, 2006). E é através dos movimentos sociais que a união entre atividades globais e locais é estabelecida, ou seja, é pelo interesse social por detrás das conexões que se formam as comunidades virtuais.

Até o presente momento foi destacado em relação às Tecnologias da Informação e da Comunicação um aspecto favorável de trocas, de comunicações horizontais, de informações facilitadas e dos benefícios gerados pelo conhecimento de diversas experiências e saberes. Contudo, outro aspecto que merece destaque, e que não pode ficar de fora da presente discussão, diz respeito ao contexto capitalista onde as TIC's tiveram espaço para nascerem, se desenvolverem e serem propagadas de tal forma que atingiriam, direta ou indiretamente, bilhões de pessoas.

Para Santos (2006), as redes de comunicação crescem nesse imperativo de fluidez que as sociedades líquidas impõem. Trata-se de um momento onde socialmente é contundente a necessidade de uma constante rapidez em quase todos os âmbitos da vida social: relações afetivas, comunicação, relações de trabalho, transportes etc.

Além do imperativo da fluidez, o geógrafo trata em sua obra “A natureza do espaço” (SANTOS, 2006) acerca da competitividade, que é algo forte nessa era de explosão das tecnologias e das formações em rede. Isso porque as redes técnicas acabam servindo de suporte para a competição, levando a incansáveis buscas por novas técnicas ou tecnologias que se mostrem mais eficientes e mais rápidas do que as anteriores.

A ascensão da formação de comunicações em rede abriu a oportunidade para o avanço de uma economia do conhecimento, “correlativa ao paradigma tecnológico do informacionalismo enraizado nas tecnologias da informação” (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019, p. 25). Fazendo nascer uma nova possibilidade econômica, as TIC’s foram fundamentais para que ocorresse a quebra da exclusividade do capitalismo industrial e intensivo, baseado na manufatura, e a emergência da economia e da sociedade do conhecimento, tema que será melhor trabalhado a seguir.

2.6 A sociedade do conhecimento

A difusão da cultura do código aberto foi o principal motor para grande parte das “descobertas da era digital, que criaram a economia da informação” (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019, p. 25). A cultura e a prática do código aberto têm sua proveniência do Movimento do Software Livre, de resistência à restrição dos chamados códigos-fonte dos softwares, partindo da ideia de compartilhamento livre de informações (princípio fundador da ética hacker).

Assim começam a emergir as ideias que protagonizaram o contexto de início da sociedade da informação, onde o conhecimento e sua livre circulação passam a ser princípios fundamentais da organização social, principalmente nas redes virtuais. Como a instantaneidade é um atributo dessa nova sociedade, com a informação não será diferente: quanto mais rápido puderem chegar a nós, melhor; quanto mais instantâneas e de livre acesso, melhor.

A presença tecnológica foi de tal forma incisiva na sociedade do conhecimento que também passou a influenciar os comportamentos humanos, afetando “as maneiras de pensar, sugerindo uma economia de pensamento adaptada à lógica do instrumento” (SANTOS, 2006, p. 121) – fator diretamente ligado à ascensão da economia criativa. Isso leva a perceber que não há dissociação entre essa nova ordem econômica e o pensamento, o conhecimento e a informação, ao contrário: foram estes últimos que a geraram e a moldaram conforme os mesmos princípios que levaram ao surgimento do Movimento do Software Livre.

Nãos se pretende dizer que os processos econômicos criativos sejam exclusivamente viáveis através das tecnologias. Suas possibilidades se mostram para além desses instrumentos, podendo ser viabilizados, por exemplo, em comunidades ou grupos sociais menos extensos ou em atividades onde a economia não passe necessariamente pelo ambiente virtual ou tecnológico informacional. Todavia, este estudo traz as construções teóricas que

mostram a valorização do conhecimento e da criatividade como insumos econômicos quando ganham notoriedade em proporções mundiais, perpassando pela ascensão de tecnologias da comunicação e da informação no cotidiano popular.

“O valor da criação pela criação, da busca sem fins lucrativos, foi o motor da geração de valor de capital na economia da informação” (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019, p. 26), por mais que daí tenha surgido um explosivo capitalismo financeiro, incansável acumulador do lucro virtual (e não dos bens físicos, como outrora valorizou-se no capitalismo industrial).

Não se busca aqui dizer que a sociedade da informação e a economia do pensamento utopicamente geraram uma ordem econômica que não trabalha com o lucro e não possui discrepâncias socioeconômicas. As elites financeiras, detentoras de maior capacidade de munir-se das tecnologias e dos instrumentos que difundem a informação e os dados, ainda protagonizam o capitalismo tardio, assim como o fizeram no capitalismo industrial. Como protagonistas, essas elites ainda são as maiores beneficiadas da economia mundial, gerando alto acúmulo de capital virtual em baixa densidade demográfica.

A ideia é demonstrar de onde vem a gênese da economia do pensamento, qual a sua força originária e quais os ideais que estiveram presentes quando cresceu socialmente a valorização da informação descentralizada, onde uma grande multiplicidade de sujeitos pudesse ter condições de autocomunicar-se e de se perceber enquanto detentora de conhecimento. E é nessa direção que Sarah Banet-Weiser e Manuel Castells afirmam que o sentido dessa nova economia é principalmente embasado em questões culturais e psicológicas, e não exclusivamente no acúmulo de lucro sem presença de algum significado (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019).

Como símbolo da sociedade da informação, tem-se justamente os bancos de dados e redes informativas que promovem desenvolvimento cognitivo, além do aparato materialmente tecnológico (computadores, celulares, sinal de internet, tablets etc). É a posse desse aparato, que está mais acessível a camadas economicamente mais abastadas, que torna o processo de informação desigual e, conseqüentemente, leva à desigualdade também na economia do pensamento.

Apesar dos princípios de liberdade informativa, o alto custo de algumas tecnologias em relação às baixas condições financeiras das camadas mais populares dificulta a materialidade do que propuseram as práticas de código aberto que levaram à sociedade do conhecimento (resultado histórico das ordens econômicas estabelecidas anteriormente, onde

os interessados e maiores beneficiados querem dar continuidade ao protagonismo das elites financeiras).

Neste ponto, o papel de destaque no combate à distorção da sociedade da informação, que privilegia grupos sociais financeiramente mais abastados, é a participação dos governos na promoção de políticas capazes de democratizar o acesso aos recursos tecnológicos que proporcionam a comunicação em rede. A universalização do acesso à informação só será de fato possível quando os governos efetivarem políticas de inserção social de suas populações nos cenários virtuais.

Falando em participação governamental na sociedade da informação, fundamental destacar as reuniões e redação dos documentos da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação, em Genebra/Suíça (2003) e Túnis/Tunísia (2005). O principal ponto da cúpula foi discutir e redigir acerca da governança da internet, que se viu desafiada a:

aproveitar o potencial das tecnologias da informação e comunicação para promover as metas de desenvolvimento da Declaração do Milênio, isto é, erradicar a pobreza extrema e a fome, implementar o ensino fundamental universal, promover a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres, reduzir a mortalidade infantil, melhorar a saúde materna, combater o HIV/SIDA, a malária e outras doenças, assegurar a sustentabilidade ambiental e o desenvolvimento de parcerias globais para o desenvolvimento que permitam a realização de um mundo mais pacífico, justo e próspero. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2014, p. 16).

Na própria exposição dos desafios que devem ser enfrentados pela cúpula, percebe-se o caráter de democratização pretendido no uso das TIC's, envolvendo desde a seara ambiental até os debates e políticas de gênero, e revelando a intenção de desenvolvimento social multisetorial através das tecnologias de informação e comunicação. Essas intenções casam com as ideias de gênese da sociedade da informação, resultado do desejo pelo livre acesso informativo e com fortes influências dos movimentos sociais de código aberto e software livre.

Acerca da visão aderida pela cúpula, o conteúdo teórico produto das reuniões coloca, dentre outras, a seguinte premissa:

Reafirmamos a universalidade, a indivisibilidade, a interdependência e a inter-relação de todos os direitos humanos e as liberdades fundamentais, incluindo o direito ao desenvolvimento, como consagrado na Declaração de Viena. Reafirmamos ainda que a democracia, o desenvolvimento sustentável e o respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais, bem como a boa governança em todos os níveis são interdependentes e se reforçam mutuamente. Além disso, resolvemos fortalecer o respeito pelo Estado de Direito tanto em assuntos internacionais quanto em assuntos nacionais. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2014, p. 17).

Acima nota-se que a Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação e da Comunicação patrocinada pela ONU colocou como destaque o desenvolver de uma

democracia do conhecimento a favor dos direitos humanos, o que automaticamente coloca as TIC's na posição de instrumento do desenvolvimento social.

Em uma sociedade do conhecimento, onde prevalece a emergência da economia do pensamento e onde amplia-se o espaço de incidência das TIC's, a reflexão de como os governos podem lidar com as demandas da sociedade devem ter como itinerário o acesso a esses bens tecnológicos para, conseqüentemente, ampliar o acesso às fontes de informações virtuais.

O certo é que apesar das discrepâncias econômicas do capitalismo, como já discutido em outro momento, é notável que as ideias que cercam e amparam o uso da tecnologia na formação de uma sociedade do conhecimento foram pensadas primeiramente com ideais de cunho democrático, e pretenderam, antes de tudo, um forte fim social no uso das tecnologias e na formação das redes de comunicação.

Quando a maior organização intergovernamental do mundo se propõe a discutir e registrar suas intenções de promover desenvolvimento social através da tecnologia e do acesso às redes virtuais, institucionaliza-se as TIC's como ferramentas em favor dos direitos humanos, valorizando o potencial da comunicação e do conhecimento como diretrizes na construção de uma humanidade mais integrada. Essa integração ocorre não só entre povos e agrupamentos mais próximos entre si, ligados por um fator cultural regional ou nacional, por exemplo. Mas, também, com o favorecimento da troca entre comunidades distantes que gera campo fértil para o fortalecimento do multiculturalismo.

Sobre essa intenção de desenvolvimento humano concomitante ao diálogo intercultural, na visão comum partilhada pelos membros da cúpula, tem-se o seguinte ponto de partida:

Somos conscientes de que as TIC devem ser consideradas um meio e não um fim em si mesmas. Sob condições favoráveis, essas tecnologias podem ser um instrumento eficaz para aumentar a produtividade, gerar crescimento econômico, criar empregos e fomentar a empregabilidade, melhorando a qualidade de vida de todos. Elas também podem promover o diálogo entre os povos, nações e civilizações. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2014, p. 18).

Não restam dúvidas acerca da intenção da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação em tornar real o ideal democrático de justo acesso ao conhecimento, para que possam ser viabilizadas consequências positivas nos mais diversos setores da vida em sociedade, como a educação, o trabalho, a renda, a diversidade cultural e outros. Mas para que isso seja possível não se pode exigir que somente a esfera governamental aja em prol do acesso às tecnologias da informação e da comunicação. É necessário que haja esforços

compartilhados com a sociedade civil e o setor privado, sendo estes outros dois setores sociais complementares à iniciativa pública.

Apresentando os parâmetros sociais que envolvem a sociedade do conhecimento – como o contexto inicial da pós-modernidade (que possui, ainda, curto período histórico), a explosão das influências das TICs, o capitalismo tardio e uma economia de valorização do conhecimento – o presente trabalho buscou trazer as raízes do cenário que favoreceu a economia criativa.

Para chegar até o principal foco da dissertação, será abordado no começo do capítulo a seguir as diferenças entre os termos ‘indústrias criativas’ e ‘economia criativa’, apresentando a preferência do presente trabalho em adotar a terminologia economia criativa como mais adequada, em conformidade ao Plano da Secretaria de Economia Criativa do Brasil. A palavra indústria, por si, sugere um tratamento industrial na produção e circulação de bens e serviços criativos, enquanto a terminologia economia criativa sugere uma visão mais ampla e menos associada a processos industriais quando colocada na língua portuguesa brasileira.

Na economia criativa, as produções econômicas são pautadas na sustentabilidade (ambiental, social, cultural) e a criatividade serve de matéria-prima para produtos que estão carregados de significados, de símbolos e de conteúdo identitário que atraem os destinatários pela afinidade de ideias.

3 A ECONOMIA CRIATIVA A FAVOR DA CIDADANIA CULTURAL E DOS DIREITOS CULTURAIS

Para entender a gênese da economia criativa foi necessário estudar o contexto global que a favoreceu, de aumento da capacidade de autocomunicação, de ascensão da internet, da formação de redes de comunicação virtual e outras mudanças que geraram, também, alterações econômicas – conforme discutido no capítulo anterior.

Adentrar no universo das mudanças nas comunicações e nas formas de circulação de saberes que aconteceram ao longo de décadas passadas, e que ainda estão em curso, permite uma melhor elucidação das origens da economia criativa. Dotada de uma intrínseca interdisciplinaridade, a compreensão da economia criativa envolve uma prévia passagem por processos de globalização, de comunicação, econômicos, de atribuições de sentidos e valores, e de criatividade.

Para Banet-Weiser e Castells (2019), o impulso da criação, a cultura livre e a valorização da tecnologia comandaram as mudanças e inovações responsáveis por transfigurar o mundo nas últimas décadas, e assim também está sendo na economia. Conforme a dupla de autores em comento, em consonância com a abordagem do tópico antecedente, “a produção, consumo e troca de conhecimento são centrais para qualquer sistema econômico” (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019, p. 13), o que faz da economia algo que vai além da troca de moeda pura e simples, adentrando a imaterialidade do conhecimento e instrumentalizando-o na geração de valor econômico.

Importante mencionar que ao falarmos em economia também penetramos o universo da cultura, uma vez que a economia é formada por atividades humanas que foram culturalmente construídas e moldadas por costumes, práticas e/ou instituições sociais. Através dessa afirmação, pode-se então falar que uma separação entre ‘economia’ e ‘cultura’ é resultado de uma “visão instrumentalizada do desenvolvimento, derivada ela mesma de uma visão limitada da ciência econômica, a qual aliena o conceito de fenômeno econômico a tal nível que não o concebe como concernente à cultura de uma formação social” (PINHEIRO; PINHEIRO; SOUZA, 2017 p. 9)

As “práticas econômicas dizem respeito a práticas de produção, consumo e troca” (BANET-WEISER; CASTELLS, 2019, p. 13), que não se limitam somente àquilo que é material, mas, sabe-se hoje, pode englobar conteúdos intangíveis. Esses conteúdos saltam à materialidade de bens e serviços considerados tradicionais no capitalismo de exclusiva exploração contínua e imponderada dos recursos naturais finitos.

Levando em consideração a importância de todos esses fatores que influenciaram o nascer e o desenvolver do cenário da economia criativa (EC), este capítulo irá aprofundar as investidas teóricas sobre o tema priorizando a literatura nacional para melhor adequação do estudo de campo, mas também trazendo literatura internacional para revelar múltiplas abordagens sobre o objeto de estudo e apresentar o itinerário da economia criativa no mundo.

A princípio, serão expostas algumas terminologias que costumam ser utilizadas enquanto sinônimo, em nossa língua, ao entendimento da economia criativa, seguido da explicação da não preferência – ou da não adequação – desses termos como objeto de estudo deste trabalho, que se baseia no entendimento firmado institucionalmente no Brasil.

Posteriormente, serão apresentados alguns deslocamentos que emergiram na economia nos últimos anos e o consequente aparecimento de novas prioridades na organização econômica, para que se possa alcançar o entendimento contextual de como a EC se formou enquanto transgressora dos limites materiais do capitalismo intensivo.

3.1 Indústrias culturais e criativas

Iniciando este capítulo específico que trata sobre a economia criativa, serão feitas, a princípio, considerações explicitando o porquê do não uso das expressões “indústrias culturais” ou “indústrias criativas” como objeto principal da presente pesquisa, tendo em vista que se mostrariam inadequadas para cumprir o que intenciona este trabalho.

Mais à frente será discorrido sobre o entendimento que nasceu no Brasil acerca da economia criativa. A instituição pública inaugural que tratou especificamente sobre a matéria, qual seja a Secretaria de Economia Criativa (SEC), nascida em 2011, defendeu o uso da expressão ‘setores criativos’ no lugar de indústrias criativas, explicando que as interpretações que a palavra ‘indústria’ levam na linguagem brasileira não são compatíveis com a totalidade do significado pretendido pela economia criativa.

As terminologias “indústrias culturais” e “indústrias criativas” esboçam no português do Brasil uma simbologia de reprodução do sistema econômico baseado em produção fabril, industrial. Assim, elas abrem espaço para uma interpretação de formas sistêmicas de funcionamento muito específicas, baseadas na mimetização de produtos e reprodução em grande massa.

À imagem e semelhança das indústrias do capitalismo industrial, as terminologias indústrias culturais e criativas correm o risco de engendrar uma interpretação que é reflexo de uma herança técnica e ideológica da massificação repetitiva que visa, sobretudo, o lucro – não

havendo outros aspectos tão ou mais relevantes do que esse no modo fabril ou industrial de produzir do capitalismo intensivo.

Apesar disso, expõe-se que ‘indústria criativa’, assim como ‘indústria cultural’, resulta da tradução literal do termo *creative industries*, que exprime, em inglês, um sentido diverso do que pode gerar na língua portuguesa, referindo-se a área de trabalho ou setores criativos.

Neste primeiro tópico, não será a questão da linguagem que ganhará destaque na discussão, mas sim as críticas sociológicas e filosóficas que acompanham a lógica fabril da produção de bens culturais e criativos, os quais não escusaram-se dessa lógica apesar de suas peculiaridades em relação a bens e serviços do capitalismo tradicional. Logo abaixo serão abordadas críticas com base em bibliografia majoritariamente de natureza frankfurtiana, objetivando apresentar algumas das ideias de autores que dedicaram-se contra a acepção industrial da cultura.

A construção dessa crítica embasa, também, a preferência pelo não uso dos termos indústrias culturais ou criativas para abarcar a totalidade de sentidos da EC que objetiva esta pesquisa, pois por vezes estão sob o entendimento de reprodutoras do sistema industrial tradicional. Mais à frente serão feitas as considerações de natureza linguística, diferenciando a interpretação do termo *industries*, em inglês, para o termo indústrias em português brasileiro – o que justifica, inclusive, a preferência do órgão específico e pioneiro sobre a EC no Brasil em utilizar outra terminologia como oficial.

É certo que dentro de um sistema econômico que atingiu proporções agigantadas, a ponto de afetar diretamente e infiltrar-se em todos os continentes, como é com o capitalismo, os bens culturais e simbólicos não poderiam se livrar da lógica atinente a esse sistema, o que gerou inclusive certa crítica filosófica e social, conforme já dito, discutida, por exemplo, nos estudos de Theodor Adorno, Walter Benjamin e Max Horkheimer – estudiosos da Escola de Frankfurt. Mas, como dito na obra “Indústria Cultural e Sociedade” de Theodor Adorno (2009), a não adaptação a essa lógica do sistema capitalista em sociedades capitalistas leva à impotência e ao isolamento econômicos, podendo ser socialmente destrutivo pra o sujeito que o faz.

Com isto, a mercantilização da cultura disseminou-se em grandes proporções por não estarem os bens simbólicos protegidos desse sistema (PACHECO, 2019) e, com isso, desenvolvem-se as **indústrias culturais** em sua primeira fase. Já não sendo mais percebidos somente como objetos ou ações do âmbito simbólico-cultural, artigos culturais ou atividades relativas à cultura passaram a também representar produtos e/ou serviços com valor economicamente estabelecido. Quando segue os moldes industriais, a mercantilização desses

produtos “absolutiza a imitação” (ADORNO, 2009, p. 14), onde a estética se sobrepõe à identificação cultural e ao simbólico, sendo a semelhança entre vários produtos culturais reproduzida sob o argumento de identidade (ADORNO, 2009), mas sem, de fato, priorizá-la.

Nas sociedades modernas, o fato de que um número expressivo de sujeitos mundialmente está ligado ao capitalismo e vivenciando uma revolução tecnológica e comunicacional, leva à adesão de milhares de pessoas também àquilo que é oferecido pelas indústrias culturais, emplacando uma padronização de bens para necessidades que passaram a se assemelhar.

As indústrias culturais quando colocadas nessa perspectiva (assim como as criativas, que serão tratadas adiante) servem de instrumental para o liberalismo econômico, aderindo suas premissas. Para Adorno (2009, p. 15) “Não é por acaso que o sistema da indústria cultural surgiu nos países industriais mais liberais, nos quais triunfaram todos os seus meios característicos [...]. É verdade que o seu desenvolvimento progressivo fluía necessariamente das leis gerais do capital”.

Assim, o teórico explicita que não há exatamente um diferencial de liberdade em relação ao capitalismo tradicional naquilo que é sugerido pela indústria cultural nesses moldes, porque ou se deixa levar e trabalhar sob a ótica vigente, ou as consequências pessoais econômicas, e consequentemente sociais de quem vende, podem ser bastante prejudiciais. Em razão disso, o filósofo e sociólogo afirma que a sistemática da indústria cultural acaba, por vezes, trabalhando em favor da exclusão do que é novo, afastando o risco daquilo que não é experimentado e que pode afetar a lógica capitalista. Por isso há massificação de produtos e marcas que padronizam-se esteticamente.

No livro “A Economia da Cultura”, da economista Françoise Benhamou (2007), fala-se sobre a atribuição de valor nos padrões econômico-culturais estabelecidos pela globalização e pelo capitalismo massivo. Segundo ela, essa atribuição, feita por um perito naquele bem/serviço, vai avaliar, no produto cultural:

seu valor comercial, que é influenciado por diversos fatores de incerteza: os caprichos das modas e a evolução da história da arte que promove reclassificações nas hierarquias do valor estético, as novas atribuições de obras, a aceitação dos novos movimentos artísticos pelas grandes instituições. [...] O valor é determinado pelos ‘oligopolistas do conhecimento’ [Mercillon, 1997], detentores do saber e da legitimidade (BENHAMOU, 2007, p. 80, grifo do autor).

A indústria cultural assim estabelecida é um “sistema onde o capital cultural se (re)produz e distribui-se entre as classes que o detêm, à serviço do mercado” (PACHECO, 2019, p. 34). Assim como dito em outro momento, acontece uma convergência de ideias com o capitalismo industrial e com sua lógica de racionalização dos produtos e serviços. Dessa

forma, há nesse sistema uma certa medição do valor de produtos ou serviços pelo grau de diversão ou entretenimento proporcionado, o que não é exatamente o fim, por exemplo, do entendimento da economia criativa firmado contemporaneamente.

Essa indistinção entre cultura e entretenimento, para Theodor Adorno e Max Horkheimer era uma espiritualização forçada da diversão (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Ou seja, há um certo desvio de sentido em relação aos significados culturais na produção mimetizada desses bens, assim como à diversão são atribuídos aspectos simbólicos que não foram gerados pelo gradual desenvolvimento sociocultural que culminou em práticas costumeiras de caráter identitário. Essa identificação com os produtos e serviços culturais sob a lógica industrial provém de uma introjeção dos conglomerados do entretenimento que detém os meios de produção desses bens em massa.

Trazendo ao debate outro estudioso da Escola de Frankfurt, Walter Benjamin tratou acerca da reprodutibilidade técnica da arte nas sociedades tecnológicas, que aumentaram o potencial de reprodução de criações artísticas e diminuíram o apreço pelo que o autor chamou de “aura” da obra de arte, que seria a sua essência una e intransmissível a cópias. A aura seria o coração, o centro da arte, atribuindo um caráter praticamente espiritual ao que seria a alma da obra de arte como objeto, ou da representação artística enquanto ação.

Esse lado da abordagem frankfurtiana valoriza primordialmente a simbologia nos bens culturais. No caso de Walter Benjamin, especialmente as artes. Para ele “a arte contemporânea será tanto mais eficaz quanto mais se orientar em função da reprodutibilidade e, portanto, quanto menos colocar em seu centro a obra original” (BENJAMIN, 1987, p. 180). Por este motivo o autor coloca o cinema como um dos exemplos principais de incidência da reprodutibilidade técnica, porque a própria organicidade cinematográfica torna a reprodução técnica seu objeto (e seu objetivo) principal.

Segundo a crítica do autor, a reprodutibilidade sem outros propósitos de difusão além do lucro e da manutenção do sistema industrial de distribuição de bens, culturais ou não, diminui a capacidade de reflexão dos indivíduos sobre os bens culturais que consome, no que diz respeito a relação destes com o seu contexto social.

Finalizando a abordagem quase que inteiramente frankfurtina sobre a indústria cultural, a reprodutibilidade técnica e a semelhança mimética dos bens culturais em favor de uma estética global dominante não representam a totalidade da abordagem da economia criativa que será feita adiante.

A indústria cultural revela nuances características do processo histórico que introduziu o monopólio capitalista, anterior a Segunda Guerra Mundial. Por fim, a manipulação da condição intelectual; a domesticação das sociedades e o

comprometimento da indústria com o status quo do sistema econômico – que operava à época – encerram os elementos principais do cenário de análise da mercantilização da cultura na perspectiva frankfurtiana (PACHECO, 2019, p. 36).

Essa economia industrial da cultura, “apresentada como aquela que convergiu em razão do capitalismo global, onde bens e serviços tornaram-se estéticos demais e a cultura e o lazer como que commodities” (PACHECO, 2019, p. 41) não traduz integralmente o conceito de economia criativa trabalhado a seguir.

Mais uma vez reitera-se que a crítica acima não é, por si, a justificativa fundante que culminou na preferência pela abordagem da economia criativa sem limitar-se ao termo indústrias criativas. A base Frankfurtiana é colocada como crítica social aos produtos culturais que foram apropriados pela lógica industrial e que não podia ser diferente nesse período de transição para uma nova economia do conhecimento, que ainda constrói suas bases.

O que fundamenta a abordagem da economia criativa sem ater-se à terminologia indústrias criativas é a própria justificativa do Plano da Secretaria de Economia Criativa brasileira, publicado em 2011, que já colocava as possibilidades de entendimento equivocado com tal expressão como uma questão relevante a ser refletida.

É importante ter em vista a ideia de que a tradução literal do termo levou à construção de grande arcabouço teórico que preferiu utilizá-lo sem distinções semânticas, o que justifica sua adoção neste trabalho em determinados momentos, para não contrariar ou modificar as citações ou apoios teóricos feitos em literatura nacional ou internacional.

Logo, importante o adendo de que a partir do presente momento a expressão indústrias criativas será utilizada como sinônimo de setores criativos quando aqui colocada, que é o que pretendem a maioria dos escritos nacionais sobre o tema, com apenas alguns autores destacando essa questão terminológica de maneira mais expressa.

Sobre a discussão das indústrias culturais e indústrias criativas, Pacheco (2019, p. 42-43), um dos teóricos que faz questão de enfatizar a discussão terminológica, afirma:

Do mesmo modo que o surgimento e organização de uma verdadeira Indústria Cultural originaram os estudos sobre a Economia da Cultura, os debates sobre a Economia Criativa emergem, semelhantemente, a partir da construção de suas indústrias, intensivas em criatividade.

A terminologia **indústrias criativas** – que, relembra-se, *creative industries* em inglês possui outra significação – surge primeiramente na Austrália, no ano de 1994. Seu nascimento foi decorrente do projeto intitulado *Creative Nation*, que destacou a importância das atividades criativas no país, bem como sua desenvoltura através das tecnologias da informação e da comunicação, discutidas anteriormente neste trabalho. A ideia do projeto

australiano era enfatizar que o poder governamental é um aliado forte e fundamental do desenvolvimento cultural nacional, incluindo no projeto os meios tecnológicos e a criatividade como partícipes desse processo.

O intuito de uma nova denominação era a ampliação do universo das indústrias culturais – *cultural industries* que significa setores culturais numa tradução mais específica do inglês – incluindo outras atividades que não necessariamente eram originadas por uma produção de carácter exclusivamente cultural, mas que de certa forma estavam interligadas através do processo criativo e tinham certa afinidade quanto à realização de atividade produtiva dotada de carácter simbólico.

Alguns anos mais tarde, a criatividade passou a ser notada dessa mesma forma no Reino Unido, que teve como base um estudo divulgado publicamente tratando das vantagens econômicas que chegaram ao país por meio das atividades criativas. Este momento, a partir das pesquisas de Pacheco (2019, p. 43):

[...] deu-se no período do governo do Tony Blair, que criou o Ministério da Indústria Criativa fundamentado por economistas liberais da cultura que subordinaram a criatividade, a inovação e os direitos de propriedade intelectual às demandas do mercado.

Nota-se através da fala de Adriano Pacheco que o carácter mercadológico dado às indústrias criativas em um primeiro momento, possui correlação imediata com as ideias do sistema do capitalismo industrial, onde o que predomina é o interesse de mercado. O lado simbólico e cultural desses bens – nessa configuração de economia industrial de produção e distribuição em massa que visa, acima de tudo, lucrar – acaba sendo ofuscado pelas preferências exigidas no mercado do capitalismo globalizante.

Imprescindível destacar que quando é exposto neste trabalho que pela lógica do capitalismo industrial se sobressai a massificação de bens e produtos em favor do lucro, não se quer dizer que a principal atividade nas indústrias culturais e criativas que estendem essa lógica não seja de carácter intelectual. Na verdade, há o predomínio dessa atividade, contudo, utilizada em absoluta consonância com os padrões de industrialização produtiva.

Para seguir com o conceito em discussão, no Quadro 1 são apresentados diferentes referenciais teóricos expondo considerações sobre o conceito de indústrias criativas:

Quadro 1 – Definições de indústrias criativas

Quadro 1 – Definições de indústrias criativas

DEFINIÇÃO	REFERÊNCIAS
"Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)."	DCMS (2005, p. 5)
"A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos."	Hartley (2005, p. 5)
"Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo 'indústria criativa' a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual."	Howkins (2005, p. 119)
"[Indústrias criativas] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um <i>core-group</i> , um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, <i>software</i> , <i>broadcasting</i> e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o <i>craft</i> , folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de <i>management</i> , de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição."	Jaguaribe (2006)
"As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade."	Jeffcutt (2000, p. 123-124)
"As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um <i>continuum</i> que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, <i>broadcasting</i> , nova mídia)."	Cornford e Charles (2001, p. 17)

Fonte: Bendasolli et al (2009, p. 12)

É perceptível nas conceituações acima certa associação com a produção em massa, sendo as indústrias criativas, por vezes, associadas a aspectos como: audiência, atividades trabalho-intensivas, ligação a outros setores industriais, convergência de talento individual com escala de massa e outros.

Contudo, importante notar que parte dos conceitos já inicia um entendimento menos voltado para o lado de nuances fabris – levando a uma maior adequação ao conceito de economia criativa para além da lógica industrial – porém há ainda a forte presença desse elemento de exigência da larga escala nas vendas e nos lucros.

A palavra indústria, no português brasileiro, é diretamente interligada ao capitalismo industrial, dando-lhe, inclusive, o nome. Assim acaba remetendo à ideia de manufatura de produtos em diversas réplicas e rapidamente espalhados sem muita crítica ao conteúdo simbólico do bem. Esse modo de ligar-se à massificação e à mimetização acaba limitando outras possibilidades de organização econômica que podem ter outras prioridades, maiores que o lucro pelo lucro ou que uma produção em larga escala.

Essa observação é feita no Plano da SEC brasileira em 2011, documento que explicita o motivo de no Brasil, à época da feitura do Plano da SEC, ser adotado o termo “setores

criativos” como mais adequado ao contexto e linguagem brasileiros em vez de “indústrias criativas”, para expressar os diversos formatos de trabalhos criativos internos à EC:

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 ‘ruidos’ 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. (BRASIL, 2011, p. 21-22, grifo do autor)

Levando em consideração essas ambivalências de sentido que a palavra indústria, nesse caso, gera no vocabulário brasileiro, à semelhança do entendimento emanado pelo primeiro órgão público do Brasil voltado para a economia criativa e a fim de evitar inconsistências ou incoerências entre a linguagem e o conteúdo aqui apresentado, defende-se como mais adequado o emprego do termo setores criativos para representar os diferentes conjuntos de iniciativas criativas.

Ainda sobre esta questão linguística, relembra-se a já discutida reflexão crítica em torno de questões sociais, ambientais, políticas e outras que passam a ser mais acessíveis às pessoas da sociedade civil sob a emergência de uma sociedade informacional, gerando o surgimento de práticas econômicas que valorizam, por exemplo, a sustentabilidade ambiental, o usufruto da cultura e o acesso à informação transparente, não objetivando necessariamente a massificação do produto ou serviço que a conotação quase fabril trazida pela palavra ‘indústria’ leva a crer.

Diante do objetivo pretendido, que é demonstrar a possibilidade da efetivação de direitos culturais (que são direitos humanos) através da economia criativa, o termo “economia” se torna didaticamente mais adequado pelos motivos acima expostos. Discutir a economia criativa abre caminhos para que práticas econômicas possam atuar em harmonia com outras questões de relevância cultural, ambiental, social e política. A economia criativa, apresenta-se como “uma resposta à crise estrutural da economia intensiva em capital” (PACHECO, 2019, p. 59).

Não se defende, porém, a exclusão do que se entende por indústrias criativas (a partir da tradução literal do termo em inglês) do conceito da EC, como será comentado no tópico a seguir. Nesta subseção apenas se constrói o discurso suficiente a explicar os porquês das escolhas dos termos trabalhados e qual a lógica adotada.

Partilhando também de outras problemáticas mundiais, como as desigualdades sociais e a degradação ambiental, a economia criativa surge como uma tática para tentar responder economicamente também a essas questões (PACHECO, 2019). Assim, os direitos culturais exercidos dentro dos processos econômicos criativos, sendo considerados direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro e em âmbito internacional, não podem caminhar sozinhos deixando para trás outros aspectos da vida social que são igualmente relevantes para o desenvolvimento humano.

Para Pacheco (2019, p. 59), administrador e estudioso da economia criativa:

Sob essa constatação, compreender o cenário no qual a EC avança como um modelo favorecedor do desenvolvimento sustentável – a partir de organizações que empreendem ações em diferentes setores criativos – tem sido tarefa recorrente na discussão de novas estratégias para o desenvolvimento econômico mundial.

A partir das últimas considerações, resta demonstrada o distanciamento das terminologias ‘indústrias culturais’ e ‘indústrias criativas’ para abarcar todo o objetivo deste trabalho, que adotou pesquisa de campo que verifica a efetivação de direitos culturais através dos processos econômicos criativos, ou seja, o exercício da cidadania cultural por intermédio da EC – sendo escolhida a cidade de São Luís como local para o estudo.

Já visualizando de forma mais ampla o conceito de economia criativa, há a tendência de “relacionamentos e interações multiconceituais que cercam seu estabelecimento” (PACHECO, 2019, p. 59), como a diversidade cultural, a sustentabilidade e a inovação (PACHECO, 2019). Se sob esse novo viés econômico há valorização dos direitos humanos, vale lembrar que sobre eles opera a indivisibilidade. Logo, pretender o acesso à cultura na economia sem, por exemplo, ter responsabilidade ambiental, não configuraria uma visão una desses direitos, usurpando seu caráter indivisível.

Relembrando, mais uma vez, que o termo ‘indústrias criativas’ no Brasil vem da tradução literal de *creative industries* do inglês (que quer dizer setores criativos), conforme explicação retro, no Relatório de Economia Criativa (2010) da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) – enquanto fórum permanente de discussão do desenvolvimento humano aliado à economia e ao comércio – houveram constructos em torno das indústrias criativas que se aproximaram da ideia de EC pretendida nesta pesquisa.

Conforme o relatório:

Diferente do desenvolvimento industrial mais tradicional e em larga escala, a unidade de negócio no setor das indústrias criativas é tipicamente bem pequena, normalmente constituindo negócios familiares. Isso significa que o produto tem origem em muitas unidades diferentes, enquanto a produção ocorre, na maior parte, em pequena escala. Nesse ponto, as indústrias criativas são particularmente

apropriadas para auxiliar na regeneração da comunidade e na sustentabilidade das sociedades tradicionais. As indústrias criativas não somente proporcionam a possibilidade de geração de receita, mas também oferecem oportunidades de emprego mais fáceis de serem reconciliadas com as obrigações familiares e comunitárias. (UNCTAD, 2010, p. 34)

Das considerações feitas pela UNCTAD é possível perceber que a utilização do termo indústrias criativas por tal organização internacional não diz respeito à lógica industrial em si, mas sim aos trabalhos criativos. Isso porque é destacado o caráter majoritário de pequena escala e a intenção de regeneração da comunidade a partir da sustentabilidade (ambiental e sociocultural) como imperativos desse novo plano econômico.

No livro de John Howkins (2013), que foi uma das primeiras literaturas a abordar mais detalhadamente a economia criativa, são apresentados quatro fundamentos que fazem parte da propriedade intelectual atinente a esse projeto econômico: o incentivo (condições suficientes para o aprimoramento da criatividade); a recompensa (um retorno dos investimentos financeiros, de tempo e de trabalho na produção de bens criativos); a revelação (muito ligada, por exemplo, às patentes, diz respeito à publicação de invenções criativas e sua proteção); e os **direitos humanos** (que seria uma presunção moral em cima do potencial criativo e de sua exploração) – estes últimos “são mais sólidos em produtos da expressão humana e mais frágeis na propriedade industrial” (HOWKINS, 2013, p. 50).

Na subseção 3.1 foi informado que mais a frente haveria a exposição do porquê ser possível considerar a economia criativa como uma **identidade de projeto** e, por vezes, como **identidade de resistência**, conforme os três tipos de formação da identidade propostos por Manuel Castells de acordo com as relações de poder nas sociedades.

Relembrando os conceitos, a identidade de projeto ocorre “quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social” (CASTELLS, 1999, p. 24), enquanto a identidade de resistência é “criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação” (CASTELLS, 1999, p. 24).

Como tem sido explicitado, a economia criativa emerge com novos parâmetros de produtos e serviços criativos, que acabam, muitas vezes, por englobar os produtos e serviços culturais, mantendo-se atenta a outros imperativos sociais que não são levados em conta nas produções de indústrias. Sua nova proposição é estrategicamente ligada à sustentabilidade e aos direitos humanos, trazendo a inovação como ferramenta nesse processo de conexões interdisciplinares.

Sendo uma resposta à crise econômica do capital intensivo, como dito em outro momento, o projeto da economia criativa é justamente o de combinar organização econômica com o desenvolvimento social sustentável e com aspectos que envolvem a dignidade humana (esta que é reflexo dos direitos humanos).

Enquanto identidade de projeto, a economia criativa atrai pessoas que se identificam com propósitos de sustentabilidade, valorização do conhecimento como possibilidade de motor econômico e social e com a disseminação de produtos e serviços culturais e criativos, para construir possibilidades econômicas que visualizam os limites recursais da matéria física no mundo, assim como atentam-se à importância subjetiva do consumidor de seus produtos e serviços – enquanto sujeito social e culturalmente repleto de influências que lhe são caras. Normalmente reconhecendo a finitude de recursos e a relevância subjetiva do consumidor, a EC trabalha com a infinitude do pensamento para aglutinar atividade econômica e necessidades socioambientais e culturais, projetando sua ação não só no presente, mas para o futuro.

Enquanto identidade de resistência, a economia criativa pode configurá-la quando a circulação de símbolos, saberes ou bens que estão sendo difundidos é proveniente de setores sociais desvalorizados ou colocados à margem nas sociedades. Por exemplo, circulação de bens que envolvam educação política, questões de gênero, valorização cultural de povos tradicionais, consciência da diversidade racial e outros. Na pesquisa de campo proposta haverá, por exemplo, um grupo que trata diretamente de educação política para instituições, educação esta voltada ao debate e letramento racial.

Feitas essas considerações, os próximos tópicos adentrarão com mais profundidade sobre o conteúdo da economia criativa. Explicitarão conceitos importantes, como o de criatividade, o de inovação, sustentabilidade e outros. Tratarão sobre a desenvoltura da economia criativa como potencialmente favorável à efetivação de direitos culturais e, conseqüentemente, da cidadania cultural. Falarão acerca do tratamento internacional sobre a matéria e qual a visão estabelecida institucionalmente no Brasil com a criação da SEC, agora Secretaria da Economia Criativa e Diversidade Cultural.

Este capítulo lançará as bases para o entendimento da pesquisa de campo realizada com grupos e trabalhadores da economia criativa, para demonstrar de que forma o conteúdo teórico aqui abordado pode ser percebido na prática.

3.2 O que é a economia criativa?

A economia criativa possui algumas construções de conceitos realizadas ao longo das últimas décadas, e seu debate emerge após a constituição das indústrias criativas – a semelhança do que ocorreu com a economia da cultura, que passou a ser discutida depois da aparição das indústrias culturais.

Neste ponto reforçaremos a observação acerca da terminologia *industries* que, na maioria das traduções para o português, é colocada literalmente como indústria, mas que na verdade refere-se de forma mais ampla a setores do mercado de trabalho, área profissional ou sentidos semelhantes.

Isto pode ser percebido através do discurso emanado pela UNCTAD, principal órgão internacional de tratamento do comércio aliado ao desenvolvimento social e humano, o qual associa a economia criativa às indústrias criativas de maneira a conferir-lhes protagonismo em tal formato econômico. A citação abaixo, retirada do Relatório de Economia Criativa produzido em 2010 pela UNCTAD, denominado ‘Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável’, demonstra o entendimento assentado por este órgão internacional acerca da EC:

A ‘economia criativa’ é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.

■ *Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.*

■ *Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.*

■ *É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral.*

■ *É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.*

■ *No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.* (UNCTAD, 2010, p. 10, grifo do autor).

Nota-se que a UNCTAD coloca as indústrias criativas no centro da economia criativa, trazendo à tona o reforço à argumentação de que a palavra indústrias, nesse caso, não significa necessariamente um sistema baseado em produção de caráter industrial.

Apesar disso, no mesmo documento, é lembrado o entendimento de tal órgão internacional sobre as indústrias criativas, conceito utilizado desde o ano de 2004, sendo “qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, **visando o maior mercado possível**” (UNCTAD, 2010, p. 7, grifo nosso).

Da citação acima percebemos um certo entrave no discurso emanado pela UNCTAD. Isto porque no mesmo relatório, conforme transcrito no tópico anterior (3.1 As indústrias culturais e criativas), tal instância das Nações Unidas considerou que as indústrias criativas, contrariamente ao que ocorre nas indústrias tradicionais, opera em escalas menores (UNCTAD, 2010), em favor da regeneração da comunidade e pautada na sustentabilidade das sociedades tradicionais – o que não coaduna com sua definição acima que inclui o maior alcance de mercado possível como fator base das indústrias criativas.

Contudo, é certo que da concepção gerada pela UNCTAD, a economia criativa não se limita somente ao conceito de indústrias criativas, que são colocadas como uma parte do conceito mais amplo da EC, similar às proposições do ano de 2013 do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), sendo definida em aspectos gerais como um formato de economia baseada em ativos criativos com potencial para geração de desenvolvimento.

Outro fato é que a economia criativa, a partir das contribuições da UNCTAD, ganha um status mundialmente relevante nos planos de desenvolvimento humano, sendo incluída como forte impulso rumo à diversidade cultural e à inclusão social.

Importante destacar que a UNCTAD explicitou acreditar que o conceito de economia criativa está em constante evolução, logo, sem encerrá-lo em sua própria definição, prefere antes incitar os estudos e o debate sobre o tema. Conforme documento da própria instituição:

[...] é possível observar que o conceito de ‘economia criativa’ evoluiu ao longo de vários caminhos no decorrer dos últimos dez anos. Ele surgiu como um meio de focar a atenção no papel da criatividade enquanto uma força na vida econômica contemporânea, materializando a proposta de que o desenvolvimento econômico e cultural não caracterizam um fenômeno separado ou não relacionado, mas fazem parte de um processo maior de desenvolvimento sustentável no qual tanto o crescimento econômico quanto o cultural podem ocorrer simultaneamente (UNCTAD, 2010, p. 10, grifo do autor).

Além disso visualiza-se o reconhecimento da ligação direta estabelecida entre os processos da EC, as tecnologias e o conhecimento, revelando a sua natureza multifacetada e multidisciplinar que exige esforços interinstitucionais. A respeito do reconhecimento do vínculo fundamental da economia criativa com o conhecimento, Serra e Fernandez (2014, p. 361) definem a EC como parte interna à denominada economia do conhecimento, apresentando-se enquanto:

[...] campo de estudos no qual emergem questões como o papel da criatividade e dos talentos individuais na produção, a natureza dos produtos criativos e de suas cadeias produtivas, a potencial geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual e a própria relação entre tecnologia e arte.

São percebidas na citação acima algumas considerações idênticas à conceituação elaborada pela UNCTAD, como o **imperativo da tecnologia**, a **valorização do conteúdo**

intangível que leva aos direitos de propriedade intelectual e a **forte presença do fator cognitivo** (quando a economia criativa é colocada dentro da categoria economia do conhecimento, como parte interna a ela).

Na sociedade da informação, ou sociedade informacional (CASTELLS, 2011), acontece uma gradual mudança dos padrões econômicos de produção em massa de bens essencialmente materiais e serviços repetitivos para a produção de bens e serviços baseada no conhecimento, com relevância além do aspecto material e possuindo significação simbólica – com uso de tecnologias de informação em grande parte dos seus empreendimentos. Para a autora Mariana Gonçalves Madeira (2014, p. 38):

Evidências empíricas – os ganhos de produtividade advindos da aplicação de conhecimento científico, a mudança da natureza do trabalho, a sofisticação dos produtos e as inovações tecnológicas – apontaram, já nas últimas décadas do século XX, para a emergência de uma revolução informacional.

Sendo abundante em conteúdo intangível, a EC é colocada por Pacheco (2019) como uma economia de transição, por deslocar a centralidade da economia intensiva em produtos e serviços de caráter quase exclusivamente material para a valorização do simbólico. Isso quer dizer que o que movimenta os ciclos socioeconômicos internos à economia criativa é, principalmente, a criatividade resultado de processos de cognição – do conhecimento adquirido empírica ou teoricamente pelos trabalhadores criativos que o transmutam em bens e serviços com valor econômico mas, também, com valor imaterial.

Neste momento, chama-se atenção para o seguinte: resultado de construções sociais, culturais e políticas, o conhecimento através do qual os trabalhadores criativos produzem seus produtos e serviços é proveniente das relações e dos aprendizados vivenciados por eles. Assim, os conhecimentos apreendidos por uma pessoa em determinado lugar do mundo foram adquiridos e se manifestam de maneiras diferentes dos de outras pessoas em outros lugares, com outras experiências socioculturais. Aquilo que é cultural e socialmente relevante para certos sujeitos, não o será para outros.

Essa perspectiva é apresentada por Ana Carla Fonseca Reis, que traz concepções que colocam a economia criativa como uma *economia da experiência*, pois “reconhece o valor da originalidade, dos processos colaborativos e a prevalência dos aspectos intangíveis na geração de valor, fortemente ancorada na cultura e em sua diversidade” (REIS, 2011a, p. 20). Ou seja, das experiências vividas pelos trabalhadores criativos, através da sua cultura, da sua comunidade, das suas relações, é que normalmente resultarão os conhecimentos responsáveis pelos seus bens e serviços produzidos.

Para ilustrar a questão que se coloca acima, tomaremos como exemplo o tambor de crioula que, reconhecido enquanto Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro desde o ano 2007, é uma manifestação religiosa e cultural que possui fortes influências no Maranhão. As atividades econômicas culturais e criativas que envolvem o tambor de crioula no território maranhense não possuem a mesma importância ou adesão de público, por exemplo, no Paraguai – que é um país que compartilha o mesmo continente, inclusive fronteiras, com o nosso país. Essa falta de afinidade também acontece dentro do próprio território nacional, em âmbito interestadual, uma vez que a mesma adesão que se tem no Maranhão a produtos e serviços criativos que envolvam o tambor de crioula, não se tem, por exemplo, em Santa Catarina.

Essa questão traz a percepção de que a economia criativa pode caminhar rumo a uma produção local, pensada especificamente para uma certa região ou comunidade, não obstinando um alcance prioritário de públicos agigantados ou de produtos reproduzidos em grandes proporções.

Ocorre que a natureza de certos bens ou serviços desse setor não coaduna com a proposta de massificação, a exemplo do que colocou Reis (2011b), em artigo inserido no Anexo I do Plano da Secretaria da Economia Criativa, quanto à produção do artesanato com capim dourado – conhecido como o ‘ouro do Jalapão’: o capim dourado, por ter ganhado grande destaque nacional e internacional, passou a ser alvo de alerta pela procura demasiada e possibilidade de extinção com o uso não sustentável e excessivo.

Isso não quer dizer que não haja, dentro dos setores criativos, aqueles empreendimentos que produzam para grandes públicos, o que, por si só, não descaracteriza a construção teórica aqui pretendida. Defende-se, antes, a existência das diversas modalidades da economia criativa, aquelas que foram projetadas para grandes produções, mas também, e especialmente, aquelas que visam a localidade ou a regionalidade como fatores de desenvolvimento sociocultural mais próximos dos sujeitos.

Para fins didáticos explicamos novamente que agora qualquer uso da terminologia ‘indústrias criativas’ feito sem maiores explicações nesta seção, só ocorrerá em virtude de tradução literal do termo *creative industries*, que é usualmente feita no Brasil.

Logo, seus usos não pretenderão o significado que remete imediatamente à palavra indústria na língua portuguesa brasileira, lembrando produções industriais/fabris em larga escala por métodos de reprodução acrítica, mas sim levarão em conta o sentido original atribuído na língua inglesa, de **setor ou área profissional** – anunciando, conseqüentemente, os setores culturais (*cultural industries*) ou setores criativos (*creative industries*).

Outra questão importante de ser tratada nas discussões conceituais sobre a economia criativa diz respeito à amplitude das definições que colocam o conhecimento e a propriedade intelectual como seu centro de formação, mas não explicitam especificidades que diferenciam a EC, por exemplo, dos conceitos de economia do conhecimento. Essa necessidade de uma maior precisão levou à adoção do seguinte significado para os setores criativos pela SEC, instituição que inaugurou o olhar específico para a EC no Brasil, e que também é o entendimento partilhado por esta pesquisa:

[...] os setores criativos são aqueles 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. Tomando-se como exemplo a pintura, verifica-se que a expressão artística associada à técnica do pintor, representada na tela, corresponde ao cerne do seu valor cultural e econômico, indo muito além dos materiais (tela, tintas, pincéis etc.) utilizados para sua produção. O mesmo ocorre com um designer gráfico cujo valor do resultado do seu trabalho é constituído essencialmente do valor simbólico gerado a partir do seu processo de criação associado a sua habilidade técnica. Apesar da importância dos instrumentos e softwares para o desenvolvimento do seu trabalho, a essência e o valor do bem criativo se encontra na capacidade humana de inventar, de imaginar, de criar, seja de forma individual ou coletiva (BRASIL, 2011, p. 22).

Essa compreensão traz um olhar para a EC que leva em consideração o processo criativo gerador de um bem ou serviço com valor simbólico, a partir da adoção de conhecimentos técnicos que proporcionaram seu resultado – acentuando o cuidado com a ideia de que qualquer pessoa poderia empreender criativamente, o que não é verdade se há a ausência da técnica hábil para gerar um produto criativo. Conforme preceitua Howkins (2013), nem sempre a criatividade gerará um produto criativo, pois a técnica se faz relevante para que esse produto receba valor de mercado.

Não obstante a ênfase dada à constituição intangível dos bens e serviços criativos, os mesmos precisam gerar um valor de mercado, não sendo, portanto, apenas bens com valor imaterial, mas, também, material – pecuniário. Sobre essa afirmação, Reis (2011b) convida à reflexão de que a economia criativa é, antes de qualquer coisa, economia. A autora explica que a existência em uma sociedade capitalista obriga os trabalhadores criativos a esperarem e precisarem do lucro em cima da sua produção.

Logo, destacar o caráter intangível da EC não diz respeito a uma falta de reconhecimento da existência de valor de mercado, de lucro em cima dos produtos criativos e da sua participação em uma sociedade capitalista, mas sim sobre a essencialidade desse caráter para que os setores e produtos criativos sejam reconhecidos como tal. Essa discussão é feita pelo já comentado autor Howkins (2013), que traz a terminologia *setores intangíveis* como um sinônimo por vezes utilizado para os setores criativos.

Contudo o mesmo escritor informa não utilizar com tanta assiduidade essa expressão justamente porque dentro do complexo da EC há, também, produtos tangíveis manufaturados, podendo ser essa terminologia imprecisa para identificar imediatamente a totalidade dos setores componentes da economia criativa.

Assim como há dentro da EC setores que trabalham exclusivamente com a dimensão simbólica (por exemplo, iniciativas que trabalham com formação profissional envolvendo conteúdos de relevância sociopolítica – como um dos empreendimentos trabalhados na pesquisa de campo), há também aqueles que trabalham concomitantemente o imaterial com a materialidade (como empreendedores que lidam com a moda, como também será apresentado através de grupo participante da pesquisa de campo).

O que se defende é que na EC o potencial criativo e os símbolos que circundam seus processos são protagonistas dos bens e serviços gerados nesse setor. Não se fala da criatividade pura e simples, mas sim dela associada à intenção de gerar desenvolvimento e produção econômica, enquanto matéria-prima. Heliana Marinho afirma que quando se vê a EC unicamente como processo generalizado de criatividade abre espaço para disputas epistemológicas. Para ela, nesse caso:

[...] a disputa se dá com a pedagogia, com a sociologia e a antropologia, pelo estímulo e reconhecimento da existência de criatividade em todos os processos humanos. Tal característica é universal e responde pela própria trajetória da humanidade, com a superação de desafios, inclusive de sobrevivência. Essa vertente enfatiza o potencial de inovação em todos os setores e atividades de produção. O vínculo estabelecido é com a capacidade de fazer coisas diferentes, com o potencial criativo geral. Como a criatividade está presente em todos os contextos culturais e sociais, o que sobressai é o reconhecimento do imenso talento criativo humano. Objetivamente, essa abordagem privilegia a criatividade como uma matéria prima em abundância, colocando o pensamento econômico em segundo plano. (MARINHO, 2013, p. 45).

Na mesma citação percebe-se que apesar de a criatividade ser utilizada como matéria-prima para uma produção final, o pensamento econômico não se sobressai enquanto prioridade, ou seja, os símbolos, o intangível, as experiências culturais e o conhecimento que geram a criatividade é que exercem o papel principal nos processos da economia criativa. Assim, reitera-se que a lógica de lucro eminente como princípio norteador afasta-se dos propósitos da EC, ao contrário do que ocorre no capitalismo moderno, regido por um padrão de abundância de bens materiais produzidos em larga escala que pouco valorizam o aspecto simbólico.

Como colocado pela UNCTAD e já reproduzido neste trabalho, a economia criativa é regida por uma logística que abre espaço também, apesar da existência de distribuidores de conteúdo em massa, para uma organização baseada em grupos menores e direcionadas a

públicos específicos, podendo ser de uma localidade ou região específicas, ou de caracteres identitários partilhados por certos sujeitos. Puxando esta questão ao exemplo dado no item 2.2, quando questionamos a existência de uma cultura global e falamos sobre especificidades culturais regionais, reafirma-se que aquilo que pode ser culturalmente relevante para certas pessoas, não o é para outras.

Voltando às considerações em âmbito internacional, outro órgão supragovernamental que merece destaque nas construções teóricas e de políticas públicas voltadas para a economia criativa é a UNESCO, precursora na formulação de estatísticas que demonstram o potencial das produções culturais em diversas áreas do desenvolvimento social, inclusive na economia. Além disso, importante comentar que mesmo antes das formulações de documentos específicos sobre a matéria, “a Unesco já havia reconhecido a importância das indústrias culturais e criativas no desenvolvimento econômico mundial em outras publicações” (PACHECO; BENINI; MARIANI, 2018, p. 138), conceitos que estão inclusos no universo da economia criativa.

Dois trabalhos da instituição internacional em comento que merecem destaque nas influências exercidas sobre os estudos e a disseminação de políticas relativas a setores criativos no início deste século são: a pesquisa que analisa o comércio internacional de bens e serviços culturais entre os anos de 1994 e 2003, publicada em 2005; e o Framework for Cultural Statistics, resultante de esforços da UNESCO Institute for Statistics (UIS), com documento publicado no ano de 2009.

A primeira publicação nasceu em razão da escassez de dados internacionais precisos sobre os serviços culturais, conforme falado no próprio documento. Para a UNESCO (2005), as classificações feitas internacionalmente na época eram insuficientes para identificar os componentes da economia da cultura por fatores como, por exemplo, coletas de dados em um número limitado de países – que excluía a maioria dos países em desenvolvimento e suas particularidades.

A inclusão dos bens e serviços culturais na economia criativa explicita o porquê dos estudos estatísticos e analíticos da UNESCO sobre esses produtos serem fundamentais para o entendimento e desenvolvimento da EC. Assim, o impulso da cultura como ativo econômico e o suporte dessa relação feito através de políticas culturais em diversos países foram fortemente subsidiados pelo trabalho da UNESCO.

A segunda pesquisa merece destaque por, dentre outras coisas, ter influenciado fortemente o discurso de outra instância da ONU sobre a EC, que se tornou o mais difundido no mundo – o da UNCTAD. As informações que formularam o discurso internacional da

UNCTAD para a economia criativa foram, inicialmente, mapeadas no UNESCO Framework for Cultural Statistics (PACHECO, 2019).

Uma outra publicação da UNESCO (2006), denominada ‘Understanding creative industries: cultural statistics for public policy making’, afirma que o termo *creative industries* envolve uma gama maior que os setores da economia da cultura, incluindo-os e envolvendo um elemento substancial de esforço criativo ou artístico. “Para a Unesco, as indústrias culturais e criativas são apresentadas como aquelas que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza” (PACHECO, 2019, p. 88).

Por essa definição compreende-se as razões dos documentos anteriores da UNESCO, que tratam das estatísticas de setores culturais e suas implicações econômicas, conseguirem ser hábeis a delinear os contornos de políticas públicas internas aos países que fossem voltadas para a economia criativa.

Nessa mesma publicação a UNESCO (2006) chama a atenção para o fato de que os setores criativos tornaram-se importantes componentes das economias **pós-industriais** (ou seja posterior à lógica dominante de limites industriais/fabris de produção), baseadas em conhecimento. O órgão supragovernamental mais influente que lida com a cultura vê na economia criativa, por essa associação ao conhecimento e por outras questões, um forte potencial para veicular aspectos relativos à identidade cultural e a promoção da diversidade cultural (UNESCO, 2006).

Unindo esforços da UNESCO com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), houve a publicação, em 2013, de importante documento das Nações Unidas sobre o desempenho da economia criativa como ferramenta de desenvolvimento sociocultural. Denominado ‘Creative Economy Report: widening local development pathways’ – ou em tradução nossa, ‘Relatório de Economia Criativa: ampliando os caminhos do desenvolvimento local’ – há em tal documento o reconhecimento da EC como uma força transformadora nos dias atuais.

No relatório há a visualização das indústrias culturais e criativas (enquanto setores profissionais) também como expressões internas ao conceito mais amplo da EC, envolvendo não somente os trabalhos profissionais exclusivamente culturais, mas, também, outras áreas que se utilizam do intangível para gerar produtos – como a área de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Assim, a publicação deixa explícito o entendimento das Nações Unidas de que as atividades e processos culturais, aliados a processos criativos, são pontos nucleares de uma economia poderosa (UNESCO; PNUD, 2013).

No mesmo documento, as Nações Unidas colocam os setores culturais e criativos como setores pioneiros no sistema capitalista por nutrirem um cenário de criatividade e inovação através de disposição social que trabalha em prol do benefício de todos (UNCTAD; PNUD, 2013). Todavia traz também o posicionamento de críticos da expressão “criatividade” como termo que determina um tipo de modelo econômico, em razão da amplitude da palavra que nem sempre é bem definida nas conceituações.

Ainda assim é reconhecido pela ONU que não há dúvida sobre o fato de que as expressões culturais são fontes de ideias que podem ser reproduzidas de diferentes formas em diversos setores econômicos (UNCTAD; PNUD, 2013). Além disso, o relatório traz a informação de que os estudos mais recentes sobre a EC argumentam que essa criatividade dos setores culturais e criativos é importante não somente por atribuir valor a bens e serviços diferenciados em relação aos produzidos fora da lógica emanada pela sociedade do conhecimento. A criatividade é importante por contribuir com uma mudança transformadora na economia como um todo, por estimular novas ideias e novos processos.

Perpassando majoritariamente pelos discursos institucionais internacionais, a construção que tem sido estabelecida até aqui sobre o que é a economia criativa, já permite a visualização de uma série de idiossincrasias relativas a esse formato econômico. Há também características de caráter mais geral que se repetem nos discursos, que incluem a EC, por exemplo, em categorias como a economia do conhecimento – termo que é mais amplo e engloba, também, as atividades da economia criativa.

Adentrando agora mais especificamente nas construções teóricas externas às instituições, trazendo mais as contribuições de escritores e pesquisadores da área, começaremos com algumas ideias emanadas por John Howkins, que, como já dito, foi um dos primeiros e principais responsáveis pela difusão de entendimentos sobre a economia criativa. Inclusive seus escritos foram muito utilizados para embasar definições e informações trazidas em documentos oficiais internacionais sobre a EC.

Para Howkins (2013), a economia criativa, vista sob um aspecto mais objetivo, consiste nas transações relativas aos produtos criativos, podendo essas transações possuírem dois valores complementares: o valor que é proveniente da atividade intelectual intangível e o valor que é resultado da parte física do produto (se houver). O autor chama a atenção para o fato de que a criatividade isolada não possui valor econômico, para que ela o adquira precisa “tomar forma, ser plasmada em um produto comercializável” (HOWKINS, 2013, p. 39), seja esse produto exclusivamente intangível ou não.

Ou seja, para tornar-se um trabalhador criativo ou para se ter uma iniciativa economicamente criativa é necessário que a criatividade esteja aliada à geração de um resultado que se insira no mercado (produto – bem ou serviço).

Para ilustrar essa afirmação, basta imaginar uma pessoa que possui muita criatividade com trocadilhos e jogos de palavras e imagens em duas situações distintas: em uma delas, essa pessoa resguarda sua criatividade apenas para momentos de descontração com amigos e familiares; na outra, a pessoa decide aprimorar seu talento para, por exemplo, estudar publicidade e se utilizar dessa criatividade para produzir peças de marketing para seus clientes.

Na primeira ocasião não houve a exploração dos dotes pessoais criativos para gerar uma ideia ou um serviço que fossem vendáveis, ou seja, que tivessem valor de mercado. No segundo caso, há o uso da criatividade como um ativo econômico, que gerará valor pecuniário a partir do serviço de marketing prestado.

Isso não quer dizer que a criatividade que não está inserida em um mercado econômico seja ‘menos criativa’ ou menos válida. Apenas quer dizer que, não havendo esforços para a geração de um bem ou serviço com valor de mercado, não estará inserida na EC, conforme a obra de John Howkins (2013) defende.

Uma observação importante feita pelo autor é que os países em desenvolvimento do chamado hemisfério sul, quase em sua totalidade, passaram a depositar na EC uma importante expectativa de dimensão econômica, pois esses países possuem “pontos fortes nas culturas e artes nacionais e étnicas” (HOWKINS, 2013, p. 109), servindo de arcabouço para subsidiar as estratégias criativas de desenvolvimento socioeconômico nesses lugares. Entretanto Howkins (2013) coloca como obstáculo para o potencial criativo desses territórios a falta de apoio político, falta de familiaridade com uma legislação específica e outros fatores que sugam desses países parte da sua capacidade de expressar a criatividade dentro de processos econômicos organizados.

Trazendo para as construções teóricas brasileiras, Ana Carla Fonseca Reis reúne alguns elementos catalisadores que tornaram imperativas as necessidades de mudança dos processos econômicos tradicionais, que são responsáveis, também, por gerir os princípios da economia criativa, dentre os quais figuram:

[...] a globalização, as novas mídias, a falência dos modelos econômicos tradicionais em promover desenvolvimento e inclusão e a valorização do conhecimento não só técnico, mas cultural. Sendo assim, embora não haja novidade no reconhecimento da criatividade como matéria-prima de inovações, ela passa a ser vista agora como recurso básico de uma economia que se pauta por uma nova arquitetura de relações e modelos [...] (REIS, 2008, p. 130).

Os catalisadores acima apresentam-se enquanto colaboradores diretos do arcabouço da EC: as **novas mídias** exigem a adaptação dos empreendimentos a um diálogo virtual, estabelecido para além do contato físico direto e que seja capaz de conectar o público-alvo ao bem ou serviço oferecido, algo muito presente na economia criativa mesmo quando se trata de produto com caracteres de manifestações culturais dotadas de alta tradicionalidade (como é o caso dos signos relativos ao bumba-meu-boi do Maranhão, utilizados em diversas produções da EC no estado – moda, pintura, design gráfico etc.); o **descrédito da economia tradicional**, que por seu formato demonstrou ser incapaz de fornecer um ambiente favorável ao desenvolvimento social e humano concomitantemente (e intrinsecamente) ao desenvolvimento sustentável – uma vez que o primeiro depende, necessariamente, do segundo; a **valorização de conhecimentos técnicos e culturais**, já comentada anteriormente, revela a estima que estratégias desvolutas, resultantes de esforços cognitivos e estimulantes das expressões culturais, passaram a ter nas proposições econômicas estruturantes da EC.

Em outra produção científica, Reis (2011a) determina quatro traços característicos da economia criativa: a) o reconhecimento do valor dos ativos intangíveis; b) a complementaridade das políticas cultural, tecnológica e econômica; c) alargamento das cadeias setoriais para redes de valor integradas na economia; d) introdução de tecnologias digitais como elemento fundamental da criação, produção, circulação e/ou consumo criativo.

O primeiro traço já foi amplamente discutido aqui. O segundo traço, conforme informa a própria autora, surge a partir do reconhecimento da criatividade enquanto “seiva vital” (REIS, 2011a, p. 28) das novas singularidades advindas da EC, tornando imperativo o “investimento em educação, capacitação, acesso e circulação de informação e nas demais condições que formam um ambiente favorável à criatividade” (REIS, 2011a, p. 28). O terceiro traço fala do abandono da linearidade proposta por cadeias produtivas tradicionais – que isola setores econômicos – para tecidos estabelecidos intercadeias, em emaranhados. O último traço também já fora explicitamente abordado nesta pesquisa.

Sobre o último traço característico listado acima:

A despeito dos riscos e desafios, o novo paradigma tecnoeconômico destaca-se também por justificadas expectativas positivas, já que a tecnologia passa a permitir utilização e incorporação inéditas da criatividade no sentido de remodelar escolhas econômicas para melhor adaptação às mudanças globais (MADEIRA, 2014, p. 39).

O papel das tecnologias na economia criativa diz respeito justamente ao seu uso como suporte da criatividade, uma vez que a utilização de tecnologia por si só não quer dizer que certa iniciativa esteja em compatibilidade com o modo de organização da EC. Logo, para que ocorra a identificação de processos relativos à economia criativa, deve haver “a cooperação

entre o fenômeno da criatividade e da inovação, traduzida na abordagem ciência-tecnologia. Significa reforçar que o surgimento das necessidades humanas favorece a necessidade de invenção, (re)invenção, de inovação.” (PACHECO; BENINI, 2018, p. 331).

O fator criatividade gera uma pluralidade de possibilidades para os empreendimentos da EC, fazendo com que dentro desta categoria socioeconômica se encontrem os mais diversos tipos de conteúdos, bens e serviços. Assim, passa a ser ampliado o debate para a “discussão de Economias Criativas, no plural, considerando a multiplicidade de características e tendências que a circunscrevem, bem como, a complexidade de seu desenvolvimento nas dimensões a que se propõe” (PACHECO, 2019, p. 55-56).

O que o autor Adriano Pacheco quer dizer na afirmação supracitada é que não há somente um tipo de organização estabelecido dentro da economia criativa, uma vez que o fator criatividade (que vem de toda a construção social e cultural dos trabalhadores criativos) é de tal forma influente que abre espaço para uma série de possibilidades no âmbito da EC.

Aqui fica explícito o diferencial sistêmico que emana do capitalismo tradicional para a emergência de uma economia que se utiliza de saberes empíricos e culturais e da criatividade humana para oferecer bens e serviços, revelando:

[...] as distinções entre um modelo estático da economia, incapaz de reconhecer as conexões implícitas entre economia criativa e desenvolvimento; e um modelo sistêmico da economia, capaz de reconhecer o efeito multiplicador das indústrias criativas na organização de processos e na dinâmica econômica de setores diversos, do desenho de cosméticos que utilizam saberes locais, a equipamentos audiovisuais de ponta (REIS, 2008, p. 25).

Unindo as conceituações e considerações feitas até o presente momento, a economia criativa pode ser traduzida como uma configuração de economia que, nascida no contexto da sociedade do conhecimento, utiliza-se de processos cognitivos e saberes culturais para gerar bens e serviços dotados de valor intangível, que alia-se ao valor tangível (material) quando o produto o tem. Para tanto, nasce como resultado de uma percepção coletiva, que atingiu proporções internacionais, da falência do capitalismo tradicional como promotor do desenvolvimento social e econômico.

A EC tem na criatividade o seu fator principal. A criatividade, na seara da economia criativa, é vista como processo intelectual que leva à inovação de decisões e ideias na produção de bens e serviços, aliando-se à sustentabilidade (ambiental, cultural e social). Para tanto, visam não somente o lucro desprovido de sentido, mas sim uma emancipação econômica de iniciativas que têm no seu centro saberes e experiências de seus trabalhadores criativos como mote fundamental da sua produção.

3.2.1 Classificações dos setores criativos

Feitas as considerações sobre o que é a economia criativa, serão apresentados agora os setores que estão inseridos nessa lógica, conforme entendimentos institucionais e de pesquisadores que se voltam ao estudo da EC. Se a economia criativa é principalmente gerida por processos criativos que resultam em produção de valores intangíveis, há de ser considerado que seus setores deverão exprimir atividades onde haja predominância de potencial cognitivo.

Assim, trazendo a lógica utilizada pelas instituições internacionais pertencentes ao sistema ONU, que já foram amplamente trabalhadas no item anterior, contemplaremos a divisão feita pela UNCTAD e UNESCO, principais órgãos supragovernamentais que subsidiam a EC ao redor do mundo. No plano nacional, colocaremos o entendimento da Secretaria Nacional de Economia Criativa como guia da definição dos setores criativos brasileiros – a partir do Plano da SEC.

Conforme a definição da UNCTAD, os setores criativos:

- são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários;
- constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual;
- constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado;
- posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e
- constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial (UNCTAD, 2010, p. 8).

Nota-se que há na conceituação acima a inserção do objetivo de mercado como parte integrante da EC. Nesta consideração, pode haver a colocação de dúvidas relativas à genuína produção artística ou cultural que envolvem os bens e serviços criativos, pois não se espera que possuam a finalidade mercadológica.

O que se argumenta é que não há como haver a penetração de produtos no âmbito econômico sem que se haja a perspectiva de retorno financeiro. Isto é, por mais que consistam os bens e serviços criativos em resultado de saberes advindos de seus criadores ou multiplicadores (que são provenientes de sua construção social, cultural, artística e política enquanto sujeitos), o que justifica sua introdução ao espectro econômico é justamente a expectativa de compensação financeira.

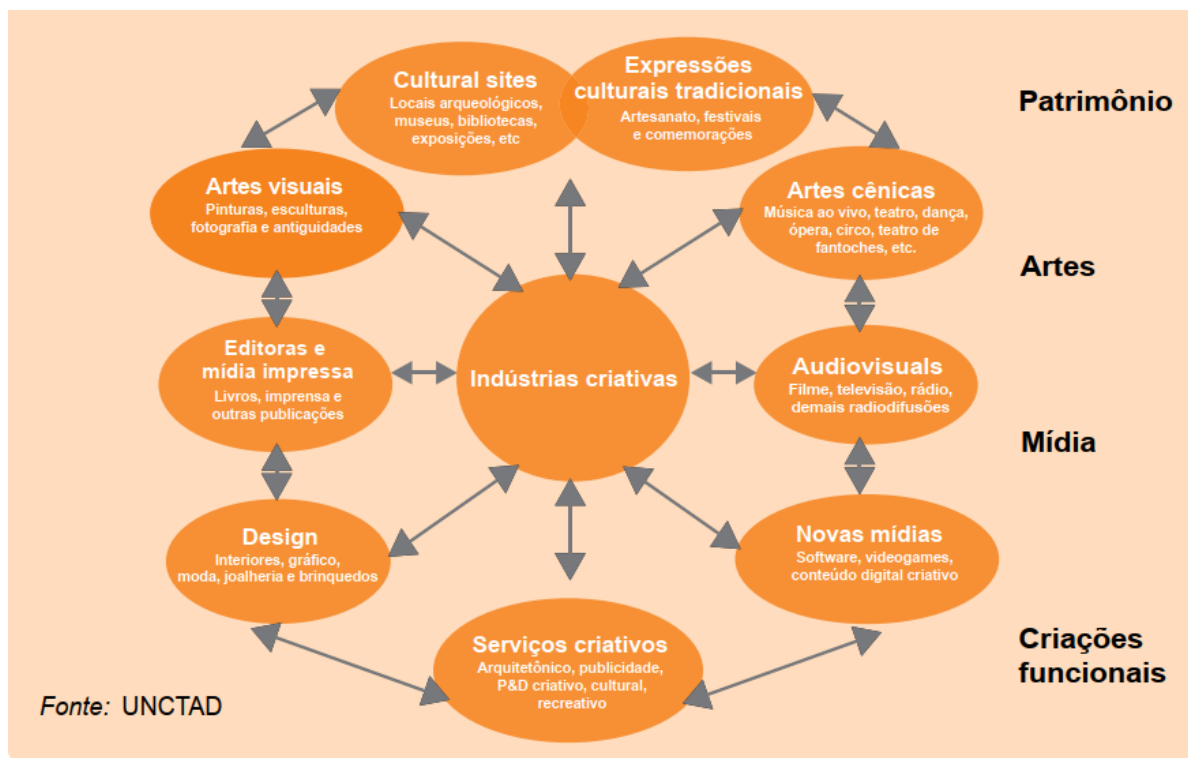
Isso porque a sustentabilidade de um negócio ou iniciativa se dá através de capital, que é necessário para a manutenção do espaço físico do empreendimento (se tiver), dos materiais

utilizados para a produção de bens, das atividades necessárias para a produção de serviços e da própria subsistência do trabalhador criativo.

A existência de objetivo de mercado não anula as incursões teóricas feitas até o presente momento, ao contrário confere aos produtores criativos os meios necessários para que continuem com suas atividades. O que pode anular a inserção de certa iniciativa na alçada da EC é essa pretensão de lucro ser estabelecida de maneira a colocá-la como único fim almejado, de maneira desproporcional aos potenciais impactos positivos que a economia criativa é capaz de gerar.

Ainda para a UNCTAD, a classificação dos setores criativos (que nos seus documentos são chamados, na grande maioria das vezes, de *indústrias criativas* pelos motivos já discursados em momento anterior) pode ser expressa na Figura 1. Nota-se que a UNCTAD faz a separação de quatro grandes áreas (patrimônio, artes, mídia e criações funcionais), dentro das quais são divididos 9 setores possíveis que se enquadram nessas categorias mais amplas.

Figura 1 – Classificação dos setores criativos



Fonte: (UNCTAD, 2010, p. 8)

Passando para as construções da UNESCO Institute for Statistics Model, os setores criativos foram estabelecidos com base em estudos anteriores da própria instituição, grande

parte advindos do Framework for Cultural Statistics, adaptando-se e acrescentando os setores criativos que não estão englobados na categoria exclusiva de economia da cultura.

A UNESCO Institute for Statistics Model (2013) divide a economia criativa em dois grandes grupos: os setores criativos **em domínios culturais centrais** e os setores criativos em **domínios culturais expandidos**. Dentro do primeiro grupo estão: museus, galerias, livrarias, artes performáticas, festivais, artes visuais, artesanato, design, publicações, televisão, rádio, filmes e vídeos, fotografia e mídia interativa. No segundo grupo estão os instrumentos musicais, equipamentos de som, arquitetura, propaganda, equipamentos de impressão, software e hardware audiovisual.

Entretanto, fica explícito no documento da UNESCO (2013) que esta divisão não é restrita, uma vez que a instituição coloca em união a esta categorização outras diferentes classificações feitas por instituições e pesquisas distintas, as colocando em posição de igual validade – abrindo espaço e reconhecendo outros setores como a moda, pesquisa e desenvolvimento (P&D), jogos, serviços artísticos, dentre outros. Lembramos que o próprio entendimento emanado pela UNCTAD tem como base classificações dos serviços culturais feitos pela UNESCO (PACHECO, 2019).

No próximo tópico, que aborda a EC no Brasil, serão expostos os entendimentos do Plano da Secretaria da Economia Criativa, criado em 2011, bem como serão incluídas algumas manifestações da atual Secretaria Nacional de Economia Criativa e Diversidade Cultural, que, apesar de ter nomenclatura aparentemente mais ampla, possui menor nível de publicações e formulações de documentos oficiais, dificultando uma sistematização mais precisa do entendimento institucional atual e real sobre a economia criativa.

Antes de adentrar para o tópico seguinte, abaixo será colocada a classificação dos setores criativos feita pelo Plano da Secretaria da Economia Criativa, até então o documento institucional público brasileiro mais robusto sobre a EC. A seguir está a representação do escopo dos setores criativos brasileiros de acordo com o Plano da Secretaria de Economia Criativa, escopo este feito com base em formulações internacionais produzidas, por exemplo, pela UNESCO e pela UNCTAD, dentre outros órgãos ou instâncias supragovernamentais.

Importante lembrar que as próprias instâncias internacionais supracitadas expõem o fato de que cada país adota classificações particulares, visualizando suas próprias características e organizações econômicas internas, bem como as atividades culturais e criativas que se estabelecem em território nacional, podendo manifestar-se em formatos diferentes.

No caso do Brasil, em razão da ampla herança de povos distintos por conta de sua formação histórica, perceberemos a participação de setores criativos que não são comumente vistos em pesquisas ou categorizações internacionais feitas para a economia criativa, bem como não são percebidas em outros países do mundo (assim como algumas categorias criadas em outros países também não fazem parte das classificações brasileiras).

Segue na Figura 2 o escopo dos setores criativos brasileiros conforme o Plano da SEC:

Figura 2 – Setores criativos brasileiros



Fonte: Plano da SEC (2011, p. 29)

Mesmo em consonância com várias dos setores trazidos pela UNESCO e pela UNCTAD, o entendimento do antigo Ministério da Cultura (MinC), no qual antes estava inserida a Secretaria de Economia Criativa, é, também, muito particular em relação às especificidades do território brasileiro. Isso fica mais fácil de perceber quando notamos as expressões culturais indígenas e as expressões culturais afro-brasileiras enquanto componentes da classificação de setores criativos feita de forma institucional.

Quando a maior instância executiva para a cultura do estado brasileiro reconhece institucional e explicitamente essas duas expressões como componentes dos setores criativos no Brasil, é porque vê que nessas manifestações habita uma parte fundamental da formação cultural do povo brasileiro, de tal forma que merecem ser colocadas como setores específicos de produção cultural e criativa (o que não se notava, por exemplo, nos documentos supragovernamentais).

3.3 A economia criativa no Brasil

A atenção especial para a economia criativa no Brasil tem como marco o ano de 2011, ano em que houve a criação do Plano da Secretaria de Economia Criativa, que finalmente demonstrou o entendimento institucional brasileiro e o horizonte que estava sendo criado para subsidiar e fomentar a EC no país.

Sob a gestão de Ana de Hollanda, Ministra da Cultura à época, o Plano da SEC nasce com o intuito de impulsionar a “formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas para um novo desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira” (BRASIL, 2011, p. 7). O ideal pretendido era o de criar, conforme dito no próprio plano, um ‘Brasil Criativo’ (BRASIL, 2011).

Pela exposição feita nas páginas iniciais do plano da SEC, percebe-se os vetores norteadores da EC no país: inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural. Semelhante ao que é valorizado em proposições internacionais sobre a matéria.

Projetada para um desenvolvimento socioeconômico que levasse em conta as riquezas culturais do Brasil e as atividades produtivas associadas às expressões culturais, a Secretaria da Economia Criativa reconhece a proporção territorial brasileira de nível continental como um dos motes dessa vasta riqueza cultural e criativa. Justamente em virtude das dimensões agigantadas do Brasil, que a EC precisa ser sistemática e continuamente pensada e repensada dentro território nacional, em níveis federal, estadual e municipal.

No Plano da SEC também se destaca o fato de que o desenvolvimento moderno baseado majoritariamente em ativos não criativos e com o fim principal de acumulação já não é capaz de sustentar qualquer que seja o modelo de desenvolvimento, uma vez que nas sociedades atuais passou-se a valorizar questões que culminam em qualidade de vida – como a própria sustentabilidade (social, cultural, econômica) – fazendo com que esses assuntos sejam colocados imperativamente no desenvolvimento social, inclusive no âmbito econômico.

Assim, valorizando a capacidade de adaptação e renovação da EC, o Plano sugere que direcionar um olhar para a diversidade cultural e criatividade brasileiras como ativos econômicos importantes no desenvolvimento do país, gerará a construção de “novas solidariedades, novas éticas e estéticas” (BRASIL, 2011, p. 13).

Esse entendimento revela, mais uma vez, o caráter de identidade de projeto que a economia criativa adquire, tomando como base as construções teóricas de Manuel Castells, trazidas a comento em momento anterior. Afirma-se isso porque há a intenção de cada vez mais abrir mão da ‘economia tradicional’ – conforme expressão utilizada pelo Plano da SEC – para dar espaço a uma economia baseada no conhecimento. Ou seja, há o potencial de um **projeto econômico inclusivo, sustentável e culturalmente plural, que tem como base o conhecimento.**

Adentrando à questão da terminologia ‘indústrias criativas’, que fora discorrida com maior atenção em outro tópico, houve a adequação para ‘setores criativos’ no Plano da Secretaria da Economia Criativa, conforme explicado por Pacheco (2019, p. 97, grifo autor):

De posse das várias contribuições realizadas como fruto de um debate sobre a melhor construção para a realidade brasileira, a SEC adaptou o termo ‘indústria criativa’ numa perspectiva de inclusão de características pertinentes ao território brasileiro em suas multidimensões, passando a ser visto como ‘setores criativos’.

Aqui reitera-se a confusão que o uso do termo ‘indústria’ pode ocasionar na língua portuguesa do Brasil quando associada à criatividade, em razão dos seus significados que remetem à atividade industrial. Em razão disto, coadunando com a preferência terminológica do Plano da Secretaria da Economia Criativa e de parte das pesquisas que compartilham desse entendimento, apesar de que há considerável contingente de pesquisadores brasileiros que não abdicam da tradução literal do termo em inglês *creative industries*, reafirma-se o posicionamento construído no presente trabalho da insuficiência da palavra ‘indústrias’ para contemplar todas as atividades da EC brasileira.

Algo que precisa ser destacado, como já fora feito na apresentação do escopo dos setores criativos brasileiros segundo o Plano da SEC, é que há na cultura brasileira uma formação e história muito específicas que geraram uma ambiência de diversidade cultural vasta e plural no país. Os povos integrantes da formação do povo brasileiro são inclusive mencionados na seção da Constituição de 1988 que trata sobre a cultura como referencial do patrimônio cultural brasileiro, de forma a indicar que as memórias e heranças deixadas por esses povos devem fazer parte do sistema de proteção da cultura pensada para o país.

Isso se apresenta na EC brasileira quando vemos que as expressões afro-brasileiras e indígenas são postas enquanto categorias específicas pensadas para os setores criativos do

país. O Plano da SEC, contrário à ideia de uma unificada globalização cultural, coloca a cultura homogeneizada como instrumento opressor da diversidade que pretende a organização da economia criativa nacional, o que impossibilitaria o crescimento endógeno (BRASIL, 2011).

Tratando da diversidade cultural, o Plano sugere:

Pensar numa economia criativa brasileira é pensar numa economia cuja base, ambiência e riqueza se dão graças à diversidade cultural do país. A criatividade brasileira é, portanto, processo e produto dessa diversidade. [...]

A diversidade cultural cria um mundo rico e variado que aumenta a gama de possibilidades e nutre as capacidades e valores humanos, constituindo, assim, um dos principais motores do desenvolvimento sustentável das comunidades, povos e nações.

A Economia Criativa Brasileira deve então se constituir numa dinâmica de valorização, proteção e promoção da diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento. (BRASIL, 2011, p. 33).

É perceptível, então, o reconhecimento no Plano acerca das particularidades que envolvem a diversidade cultural do Brasil, em virtude, como já dito, de suas dimensões continentais e dos grupos formadores da sociedade brasileira. Portanto o Plano da SEC já nasceu como instrumento de valorização das diversas culturas populares que estão no território nacional, em consonância com importantes aspectos jurídicos da cultura no Brasil, como o preceituado no artigo 215 em seu § 1º, garantindo que o Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

Como desafios para a implementação de proteção institucional da economia criativa brasileira através da SEC, o Plano trouxe os seguintes itens: 1) levantamento de informações e dados sobre a EC; 2) articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos; 3) educação para competências criativas; 4) infraestrutura de criação, produção, circulação e fruição de bens e serviços criativos; 5) criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos.

Os itens acima listados são reflexo da falta de estruturação de políticas públicas especificamente voltadas aos setores criativos, apesar de que no Brasil há uma política nacional voltada à cultura do país que, pela sua organização e objetivos, acabou por contemplar diversos setores da EC brasileira. Essa é a Política Nacional de Cultura Viva, que ganhou status de política pública permanente em 2014, através da Lei 13.018/2014, mas que já era executada desde 2004 através da portaria 156/2004 do MinC, com a criação do Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania - Cultura Viva.

O programa foi criado com o intuito de ampliar a autonomia, o protagonismo e o empoderamento de grupos e agentes culturais (BRASIL, 2008), principalmente a população de baixa renda, habitantes de áreas com oferta precária de serviços públicos, estudantes, professores e outros produtores e fazedores de cultura. Com isso, apesar de não haver uma proteção institucional explícita e intencionalmente voltada para a economia criativa, o programa Cultura Viva (que depois se tornou oficialmente uma política permanente do estado brasileiro), por seus ideais, acabou por contemplar diversas iniciativas criativas.

Atualmente, no Brasil, há outra estrutura institucional voltada para a economia criativa. Com a extinção do Ministério da Cultura, a SEC passou a se chamar Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural (SECDEC), compondo a estrutura da nova Secretaria Especial de Cultura, interna ao Ministério do Turismo. Conforme o texto do site institucional do Ministério do Turismo, na página sobre a Secretaria Especial de Cultura:

A Secretaria Especial da Cultura tem como competência assessorar o ministro do Turismo na formulação de políticas, programas, projetos e ações que promovam a cidadania por meio da cultura. Ainda cabe à Secretaria a promoção do acesso aos bens culturais, da economia criativa brasileira e da proteção dos direitos autorais. (BRASIL, 2021a).

Apesar da confusão da organização ministerial ocorrida com a extinção do MinC, uma vez que coloca a cultura dentro da pasta do turismo (como se a cultura fosse interna ao turismo e não o contrário), a nova secretaria de atenção especial a EC parece compartilhar de princípios muito próximos à antiga quando analisados os materiais textuais disponibilizados nas plataformas de governo, apesar de escassos e pouco sistematizados.

Contudo, há certa dificuldade em precisar os princípios norteadores e os ideais da nova secretaria pela ausência de documentos oficiais que detalhem o entendimento e a atuação da mesma. De acordo com documento de transparência disponibilizado no site do Ministério do Turismo, único encontrado que traz melhor detalhamento das atribuições da SECDEC:

A Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural (SECDEC) tem, dentre suas atribuições, planejar, promover, implementar e coordenar ações para o desenvolvimento e fortalecimento da dimensão econômica da cultura brasileira, em todos os segmentos da cadeia produtiva. [...] A SECDEC também é responsável pelas políticas para a diversidade e cidadania culturais, pela articulação do Sistema Nacional de Cultura (SNC), pela coordenação do Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), pelo monitoramento do Plano Nacional de Cultura (PNC), pela gestão do Programa Nacional de Formação de Gestores e Conselheiros Culturais e pela Política Nacional de Cultura Viva (PNCV). (BRASIL, 2021b, p. 1).

Acima destaca-se a atribuição conferida à Secretaria Nacional de Economia Criativa e Diversidade Cultural de responsabilizar-se pelas políticas voltadas para a cidadania cultural e, conseqüentemente para os direitos culturais, demonstrando a ligação que a EC tem com a

implementação da mesma, bem como conferindo coesão aos argumentos dispostos nesta pesquisa. Com isso, o tópico a seguir concatenará argumentos que conferem legitimidade à ligação proposta entre a concretização de direitos culturais e a economia criativa, cerne desta pesquisa.

3.4 A economia criativa como possibilidade de expressão da cidadania e dos direitos culturais

A construção de ideias feitas até o presente momento são capazes de explicar o potencial da economia criativa como organização econômica capaz de concretizar os direitos culturais garantidos e protegidos constitucionalmente. A Constituição Brasileira de 1988 é inquestionável quanto a existência de direitos fundamentais voltados para a cultura, como, por exemplo, a produção, promoção e difusão de bens culturais, a democratização do acesso aos bens de cultura, a defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro, a valorização da diversidade étnica e regional, dentre outros.

Tanto nos documentos internacionais apresentados, nas considerações institucionais de órgãos da cultura e da economia criativa no Brasil, como de pesquisadores nacionais e de outros países que tratam sobre a matéria, percebe-se que a economia criativa abarca não só os setores que lidam com a economia da cultura, como também outras áreas que têm no conteúdo intangível sua maior expressão e que são acessórios ou interligados aos setores culturais.

Isso quer dizer que as próprias construções teóricas desenvolvidas sobre a economia criativa nos últimos anos levam a entender que não há como dissociá-la da cultura, justamente por haver no universo simbólico de seus bens e serviços um protagonismo muito particular, que não se vê da mesma forma em outros produtos não criativos. Um exemplo disto é a própria atribuição da SECDEC em coordenar atualmente a principal política de estado para a cultura (Política Nacional de Cultura Viva – PNCV) e pelo monitoramento do Plano Nacional de Cultura.

Nos desafios elencados pela Secretaria Nacional de Economia Criativa e Diversidade Cultural, há o pensamento de ações voltadas para proteção, promoção, visibilidade e reconhecimento da diversidade cultural, com a prática à interculturalidade de expressões das Culturas Populares e Tradicionais brasileiras, devendo ocorrer na forma, por exemplo, de editais de incentivo aos setores criativos e à cultura popular.

Pelas ideias que acompanham a preocupação com a economia criativa brasileira desde o seu marco institucional em 2011, percebe-se sua ligação com a cultura e sua capacidade de disseminá-la em formatos inovadores. O que está ausente nos textos oficiais ou em pesquisas sobre a temática, é que isto coloca a EC num papel fundamental de cumpridora dos mandamentos constitucionais da seção II (DA CULTURA) do capítulo III (DA EDUCAÇÃO, DA CULTURA E DO DESPORTO) do título VIII (DA ORDEM SOCIAL).

Enquanto instrumento promissor para o desenvolvimento socioeconômico e para a difusão da cultura, a economia criativa serve como verdadeiro impulso para os objetivos constitucionais brasileiros voltados para a cultura. Isso fica evidente com a responsabilidade dada para a SECDEC de cuidar das políticas para a diversidade e **cidadania** culturais, pela articulação do Sistema Nacional de Cultura (SNC), pela coordenação do Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), pela gestão do Programa Nacional de Formação de Gestores e Conselheiros Culturais e, como já dito, pelo monitoramento do Plano Nacional de Cultura (PNC) e pela Política Nacional de Cultura Viva (PNCV) – todos esses advindos diretamente do texto constitucional ou de seus desdobramentos.

Conforme defendido no começo do trabalho, a cidadania cultural mostra-se enquanto forma de expressão dos direitos culturais. Desde a construção de Hanna Arendt (1989) que afirma ser a cidadania o direito a ter direitos (e levando isso para o âmbito cultural, a cidadania cultural seria o direito a ter direitos culturais), até as considerações de Adelina França, que diz que a cidadania cultural leva em conta um grupo de direitos relativos à cultura, como os direitos ao desenvolvimento humano, à criação, produção, participação, escolha de identidades e o sentimento de pertencimento, não resta dúvida sobre o potencial da economia criativa como ferramenta propagadora dos direitos humanos culturais.

Colocados os setores criativos como mais amplos que os setores da economia da cultura, como afirma a UNCTAD e a UNESCO, resulta que os processos econômicos culturais são internos à EC e, portanto, não se dissociam dela. Falar em economia da cultura, a partir dos constructos teóricos das últimas décadas, é falar em economia criativa. Todos os setores culturais que geram renda econômica estão dentro do conceito de economia criativa.

Quando se busca um desenvolvimento econômico que valoriza a cultura em suas múltiplas dimensões e proporciona formas de preservar a identidade cultural através de produções feitas por trabalhadores criativos, há nessa cadeia a disseminação de bens e serviços que difundem também resultados culturais.

Para demonstrar com maior louvor a concretude que os direitos culturais podem adquirir na economia criativa, o próximo capítulo irá dedicar-se ao estudo de campo com

iniciativas criativas da cidade de São Luís, no estado do Maranhão. A partir das coletas feitas nessa pesquisa, é possível perceber o caráter promissor da EC enquanto ferramenta a favor dos direitos culturais.

4 ESTUDO DE CAMPO: empreendimentos criativos na cidade de São Luís, Maranhão

Para conferir maior nitidez aos investimentos teóricos feitos até então, este estudo dedicou-se à realização de pesquisa de campo com três empreendimentos criativos na cidade de São Luís, no estado do Maranhão. Sendo escolhidas iniciativas que trabalham com bens e/ou serviços bastante distintos, o acompanhamento dos grupos levou em consideração as ideias e conceitos trabalhados com o objetivo de verificar, em concreto, a efetivação de direitos culturais através dos processos econômicos criativos.

Por tratar-se de estudo que busca explicar conceitos e interligá-los, apresentando elos que se materializam através de dinâmicas sociais, culturais e econômicas, esta pesquisa tem conteúdo essencialmente qualitativo. Sua desenvoltura se dá na medida que encontra, através do acompanhamento de empreendimentos criativos na cidade de São Luís, a sincronia entre ideias, considerações e conceitos concatenados na pesquisa bibliográfica e a realidade das três iniciativas pesquisadas.

Algo que merece destaque é o fato de São Luís ser uma cidade reconhecida por sua riqueza cultural, sendo considerada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) uma cidade histórica viva (IPHAN, c2014), o que já lhe rendeu títulos como, por exemplo, o de Patrimônio Cultural Mundial dado em 1997, em razão de seu Centro Histórico (reconhecido pela UNESCO). Outros títulos importantes foram conferidos a manifestações culturais da cidade, como o Bumba Meu Boi e o Tambor de Crioula, o primeiro sendo Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade eleito pela UNESCO e o segundo enquanto Patrimônio Imaterial Brasileiro, registrado no Livro das Formas de Expressão do IPHAN.

Essa indissociação com o seu histórico e sua carga cultural, faz com que São Luís seja uma cidade repleta de manifestações culturais e artísticas ao longo de todo o ano, seja em datas específicas ou no seu cotidiano. A realidade da capital maranhense enquanto cidade eminentemente cultural facilitou que processos econômicos culturais fossem estabelecidos enquanto possibilidade de geração de riqueza para o âmbito local, bem como geração de emprego e renda. Por isso, também, a fertilidade cultural da ilha de São Luís foi capaz de formar ambiência favorável ao desenvolvimento de iniciativas da economia criativa.

Esse cenário robusto para o desenvolver da EC culminou na formação do movimento Mobiliza Slz, que nasceu com o intuito justamente de fortalecer a economia criativa da cidade, apresentando-se enquanto importante acontecimento para a EC da capital maranhense

e sua vanguarda na formação de um circuito que buscou unir a cultura, o turismo e a economia criativa ludovicenses.

Em razão do momento pandêmico vivenciado em todo o mundo, houve a escolha de encontros virtuais para a realização das entrevistas com os representantes das três iniciativas, bem como a utilização de plataformas online para a coleta de respostas através de questionários hábeis a demonstrar os objetivos propostos pela pesquisa. Desta forma, todo o contato feito com os participantes se deu de maneira virtual, para não gerar situações de risco para pesquisadora e pesquisados durante a consecução do estudo.

Assim como defendido por Gil (2002), discutindo sobre o que é necessário para fazer uma pesquisa, a criatividade do pesquisador é parte fundamental para conduzir e obter êxito em resultados de estudos científicos, principalmente em situação de necessário distanciamento social como foi o caso. Como aqui se discute amplamente a criatividade, é significativo destacar essa consideração feita pelo autor em comentário, justamente demonstrando que a criatividade é elemento cotidiano no fazer humano, seja esse fazer voltado para fins culturais e econômicos como acontece na EC, seja para a realização de pesquisa acadêmica que objetiva um estudo social sem fins lucrativos, seja na resolução de demandas pessoais ou nas mais diversas possibilidades e atividades diárias.

Para contemplar o problema e objetivos propostos, é necessário um itinerário sistemático, “mediante o concurso de conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos” (GIL, 2002, p. 17). Tratando-se de pesquisa social, é importante destacar que “os fatos sociais dificilmente podem ser tratados como coisas, pois são produzidos por seres que sentem, pensam, agem e reagem, sendo capazes, portanto, de orientar a situação de diferentes maneiras” (GIL, 2008, p. 5), assim como ocorre com o pesquisador, que é um sujeito influenciado por suas bagagens socioculturais.

Por esses motivos que é preciso, para além da criatividade já destacada, assertividade na escolha da metodologia e atenção às técnicas e aos procedimentos científicos utilizados. Mas também é importante visualizar que, por sua forma mesma, a pesquisa social não é dotada do mesmo tipo de rigidez científica dos métodos das ciências exatas e naturais, gerando certa imprevisibilidade quanto aos processos que se seguirão após a formulação do projeto.

Trabalhando com uma imensidão de significados, sujeitos, valores, crenças e modos de viver, a pesquisa de caráter qualitativo, como é o caso desta, não pode resumir-se a variáveis ou representatividades numéricas, uma vez que tem o intuito de aprofundar

compreensões sobre dinâmicas da vida social, buscando mais os porquês do que as quantidades.

Apesar de inúmeros conceitos terem sido trabalhados nos capítulos anteriores, justamente para delinear as expressões sociais que estão sendo consideradas na análise da pesquisa, o estudo de caráter qualitativo não se restringe somente aos limites de conceituações ou terminologias específicas, buscando mais uma compreensão fenomenológica do que uma objetividade axiomática, como ocorre nas pesquisas biológicas, por exemplo.

Assim, busca-se uma compreensão do fenômeno sociocultural e econômico que é a economia criativa desde a emergência de uma sociedade informacional, ou do conhecimento, interligando-o à concretização de direitos culturais que têm na EC uma possibilidade ínsita para o seu livre exercício, levando à ampliação dos meios de efetivação da cidadania cultural.

A partir dessa introdução acerca da caracterização do trabalho realizado, será exposta, a seguir, a metodologia escolhida para o alcance do problema e dos objetivos propostos, pormenorizando o caminho percorrido, os sujeitos e grupos participantes e as categorias utilizadas para análise das coletas.

4.1 Percurso metodológico

Através do problema de pesquisa, estabelecido previamente ao estudo, na formulação do projeto de pesquisa, o pesquisador passa a ter um melhor direcionamento na realização da sua metodologia. Isso porque a pergunta inicial é responsável por conduzir o caminho de abordagem do tema, já que a sua resposta é a finalidade principal do trabalho científico. Por isso mesmo precisa haver um problema cientificamente pertinente, no qual haja um questionamento que interesse aos estudos acadêmicos, neste caso: seria a economia criativa uma alternativa econômica fértil e desenvolta ao exercício dos direitos culturais?

Tendo por fim demonstrar que a dinâmica da EC distintivamente é favorável ao exercício de direitos culturais, o que não ocorre da mesma forma em outras dinâmicas econômicas, este trabalho demonstra sua relevância ao pesquisar um novo paradigma econômico que passa a valorizar primordialmente a produção de conteúdo imaterial, intangível. Interna a uma economia do conhecimento, como já exposto anteriormente, a economia criativa é um processo econômico, social, cultural e, muitas vezes, político. Por ter nas ideias, no intangível e na criatividade sua formação nuclear, a EC apresenta um formato de organização econômica que por si tende a facilitar a execução de direitos relativos à cultura.

Há na economia criativa a consolidação de serviços simbólicos e culturais, sendo também caracterizada pela mobilização social que gera (SANGUINET; CALVETE; WAISMANN, 2016). Portanto, enquanto pesquisa social, as análises feitas são qualitativas, por não serem os números suficientes a concretizar os fins aqui pretendidos.

Conforme já dito, foram utilizadas ferramentas tecnológicas para a realização do presente estudo, aquelas sendo responsáveis, muitas vezes, por permitir o tratamento das informações de forma eficiente e produtiva (SILVEIRA; CÓRDOVA; BUENO, 2009). Além disso, possibilitam tanto a pesquisa bibliográfica, como “a coleta de dados, a aquisição de sinais” (SILVEIRA; CÓRDOVA; BUENO, 2009, p. 89), sendo meio inteiramente legítimo para a realização de pesquisa de campo.

4.1.1 Caracterização da pesquisa

Tratando-se de pesquisa interdisciplinar, o presente trabalho adentra não só o Direito, como, também, as Ciências Sociais e os estudos culturais. Quanto ao seu caráter qualitativo, este estudo busca demonstrar aspectos da realidade da economia criativa para apresentá-la como forma de organização econômica que propicia a efetivação de direitos culturais e, consequentemente, o exercício da cidadania cultural.

Epistemologicamente, seu enfoque transita entre a natureza dialética e a fenomenológica, segundo a classificação traçada por Sirlene Mota Pinheiro da Silva (2007a).

Dialética pois dedicou-se a mostrar o contexto histórico e social que engendrou a EC enquanto nova alternativa de organização econômica, entendendo que a economia criativa surgiu como resposta ao capitalismo intensivo (em sintonia com a pesquisa bibliográfica realizada), portanto buscando uma nova proposta de desenvolvimento que leva em consideração a movimentação econômica através de produções nas quais protagoniza o intangível. O enfoque dialético, assim como foi feito em parte dos capítulos anteriores, busca debater as transformações sociais, trazendo contextos históricos e dissertando sobre mudanças internas aos processos em análise que demonstram as dinâmicas do fenômeno estudado (SILVA, 2007a).

O enfoque da fenomenologia está também presente, talvez de forma predominante, pois o trabalho debruçou-se na descrição do fenômeno da economia criativa, para que fosse percebida a ambiência favorável ao exercício de direitos culturais. “A fenomenologia compreende um discurso esclarecedor sobre o fenômeno” (SILVA, 2007a, p. 9), tendo como

propósito uma descrição que permita “chegar à sua essência” (SILVA, 2007a, p.9), para, então, compreendê-lo.

A classificação metodológica tomada por base para delinear a presente pesquisa foi a de Gil (2002, p. 41), que afirma: “É sabido que toda e qualquer classificação se faz mediante algum critério. Com relação às pesquisas, é usual a classificação com base em seus objetivos gerais. Assim, é possível classificar as pesquisas em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e explicativas”.

Em relação aos seus **objetivos**, este trabalho tem caráter **exploratório**, vez que pretende “proporcionar maior familiaridade com o problema” (GIL, 2002, p. 41), levando ao aprimoramento de ideias (GIL, 2002). Em sua maioria, essas pesquisas contemplam o levantamento bibliográfico, a pesquisa de campo e a análise de exemplos que favoreçam sua compreensão (GIL, 2002) e faz parte da sua caracterização um planejamento mais flexível. Também é dotada de caráter **descritivo**, pois há a descrição do fenômeno entendido por economia criativa para a consecução dos objetivos. “As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática” (GIL, 2002, p. 42).

Além disso, esta pesquisa é **bibliográfica** e também **estudo de campo**, uma vez que é desenvolvida, num primeiro momento, a partir da leitura de materiais produzidos anteriormente, trazendo considerações acadêmicas e produções escritas de instituições nacionais e internacionais, mas também se dá a partir da coleta de informações feitas em pesquisa direta com empreendimentos criativos na cidade de São Luís, no estado do Maranhão.

Para o autor utilizado como referência na classificação metodológica da pesquisa:

Tipicamente, o estudo de campo focaliza uma comunidade, que não é necessariamente geográfica, já que pode ser uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou voltada para qualquer outra atividade humana. Basicamente, a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo. Esses procedimentos são geralmente conjugados com muitos outros, tais como a análise de documentos, filmagem e fotografias. (GIL, 2002, p. 53).

O ciclo desta pesquisa seguiu as considerações de Minayo (1994), que coloca as seguintes fases: fase exploratória (interroga-se sobre o objeto e suas teorias, bem como prepara para a fase de campo), trabalho de campo (parte empírica do processo, é nesta etapa que se combinam várias técnicas de coleta de dados como entrevistas e observações (TEIXEIRA, 2003) e tratamento ou análise do material (parte onde serão reunidas a teoria e a

coleta, “produzindo o confronto entre a abordagem teórica anterior e o que a investigação de campo aporta de singular como contribuição” (TEIXEIRA, 2003, p. 191).

4.1.2 Categorias de análise

A análise dos dados é o momento de atribuição de sentido e sincronia entre as abordagens teóricas trazidas e aquilo que foi coletado. Segundo Teixeira (2003, p. 191-192), essa análise se dá:

[...] consolidando, limitando e interpretando o que as pessoas disseram e o que o pesquisador viu e leu, isto é, o processo de formação de significado. A análise dos dados é um processo complexo que envolve retrocessos entre dados pouco concretos e conceitos abstratos, entre raciocínio indutivo e dedutivo, entre descrição e interpretação. Estes significados ou entendimentos constituem a constatação de um estudo.

Importante destacar que para Antônio Carlos Gil, autor utilizado como referência para a definição da classificação metodológica, análise e interpretação de dados cumprem papéis diferentes na realização do estudo científico.

A análise tem como objetivo organizar e sumariar os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos (GIL, 2008, p. 156).

Para a escolha dos empreendimentos criativos pesquisados, bem como para a análise dos dados coletados através de questionários, entrevistas e acompanhamentos dos espaços virtuais das três iniciativas, foram criadas categorias que levam em consideração os conceitos e conteúdos que envolvem a economia criativa e que a tornam um formato de organização econômica que favorece a realização de direitos humanos relativos à cultura.

Assim, buscou-se fazer questionários que contemplavam, principalmente, o conteúdo que envolve o exercício de direitos culturais e a caracterização de empreendimentos internos à economia criativa. Por fim, a viabilidade do negócio apareceu enquanto categoria necessária após o início da pesquisa, uma vez que se trata de estudo acerca de iniciativas econômicas e que enquanto tal precisam viabilizar suas permanências no mercado criativo.

Amplamente abordados ao longo da pesquisa, os direitos culturais protegidos constitucionalmente no Brasil e internacionalmente levaram à criação da primeira categoria, qual seja, a **presença expressiva de elementos e/ou processos que caracterizem o exercício de direitos culturais** nos empreendimentos pesquisados. Esta primeira categoria tem direta relação com o capítulo 2.

Posteriormente, casando com as abordagens feitas no capítulo 3, foi pensada em uma categoria que pudesse demonstrar os aspectos da economia criativa que foram discutidos ao longo da pesquisa, levando à segunda categoria para análise: **compatibilidade aos conceitos de EC abordados no estudo.**

Por fim, resgatando o debate feito sobre os processos de globalização e a formação de identidades, que levou à afirmação de que a economia criativa pode ser incluída nas categorias de **identidade de projeto** e **identidade de resistência**, elaboradas por Castells, um dos principais referenciais teóricos da pesquisa. Assim, foi criada a terceira categoria que irá demonstrar a materialização dessa afirmação nos empreendimentos pesquisados, justificando sua elaboração pela pesquisadora.

Para tanto, adotou-se a escolha de entrevistas estruturadas, onde as mesmas perguntas foram repetidas aos representantes de cada empreendimento. Além disso, adotou-se a aplicação de questionários que possibilitaram a formação de gráficos percentuais sobre entendimentos individuais dos pesquisados acerca de seus trabalhos criativos, e também a percepção de como os participantes cumprem a dinâmica desses trabalhos.

As entrevistas não se confundem com os formulários, uma vez que naquela as perguntas foram feitas de forma a permitir alto grau de liberdade nas respostas, o que não aconteceu nos questionários aplicados, que limitavam mais os questionamentos para tentar otimizar os dados coletados. Para conseguirem colaborar com os fins pretendidos, as entrevistas precisam levar em consideração uma estratégia com duas etapas fundamentais: “a especificação dos dados que se pretendem obter e a escolha e formulação das perguntas” (GIL, 2002, p. 117).

Outros meios de investigação utilizados foram os espaços virtuais dos empreendimentos participantes, pois todos possuem sites próprios e redes sociais, que possibilitam a comunicação, venda e acesso às informações sobre cada um dos projetos. A coleta nesses meios virtuais se deu a partir da percepção de elementos culturais nos produtos e serviços oferecidos ou nos componentes publicitários dos empreendimentos.

Aqui não se pretendiam dados absolutos, ou axiomas, como ocorrem em pesquisas mais voltadas às áreas biológicas, por exemplo. Buscou-se, antes, “relações possíveis entre as múltiplas variáveis que interferem no problema” (GIL, 2002, p. 117) desta pesquisa. Assim, a variável da expressão de direitos relativos à cultura cruzando com a caracterização de processos da economia criativa foram as grandes responsáveis pela análise do conteúdo coletado.

4.2 Iniciativas pesquisadas

As iniciativas criativas participantes do estudo foram encontradas e contatadas a partir de uma pesquisa de empreendimentos com atividade em São Luís, no estado do Maranhão, que possuíam características compatíveis com as abordagens teóricas que este trabalho abordou. Essa percepção se deu através da busca pelos meios de comunicação virtual desses empreendimentos, como sites, contas em redes sociais e arquivos encontrados na internet.

O primeiro empreendimento criativo discutido será o **Da Cor ao Caso Instituto**, na página inicial do site (<https://dacoraocaso.com.br/>), no tópico de apresentação do instituto, há a seguinte descrição:

Nossa iniciativa envolve a construção direta de uma **relação sustentável e saudável** entre profissionais no ambiente de trabalho, colaborando para a construção de um **mercado mais inclusivo e diverso**, com impactos positivos nas performances das equipes. Um *mindset* que demonstra **inovação e consciência social** capaz de promover a nossa missão de **construir um futuro menos desigual e mais sustentável**, agindo como *agents of positive changes*. (DA COR AO CASO INSTITUTO, c2021, grifo nosso).

A segunda iniciativa será a **Demodê Ateliê**, também na apresentação de sua proposta, disposta no seu site (<https://demodeatelie.com/>):

[...] orgânica, **nordestina** e feita à mão, a DEMODÊ cria roupas que cuidam do seu corpo e da natureza, fortalecendo a **cultura do algodão orgânico** e das rendas manuais Nordestinas. temos modelagens próprias, pois conforto é o que nos move em cada criação, respeitando a **diversidade** de corpos que compõe esse mundão. acreditamos que fazer **moda sustentável** é pensar em todos os processos e cuidar para que possamos **criar impactos positivos** em tudo que fazemos, de quem planta a quem compra o que produzimos. somos uma marca localizada no Nordeste e é aqui desde o início, que reunimos mulheres singulares, com o propósito de criar uma conexão entre o processo produtivo e a natureza. (DEMODÊ ATELIÊ, c2021, grifo nosso).

E por fim apresentaremos a iniciativa chamada **SobreOTatame**, que assim se define em seu site (<https://www.sobreotatame.com/>):

O **SobreOTatame** é um espaço de conteúdos sobre **cidadania, comportamento e cultura**. Somos pessoas de áreas como Comunicação Social, Psicologia e Direito que realizam este trabalho por meio de textos, fotografias, audiovisual, coberturas e eventos. (SOBREOTATAME, c2021, grifo do autor)

Mais à frente, discorrendo sobre o que seus membros acreditam no desempenho de suas atividades, afirmam:

Acreditamos em um jornalismo e **compartilhamento de conteúdo e histórias** que valorizem os aspectos positivos e necessários para uma **sociedade mais justa**, com **igualdade entre os gêneros**, em busca de **soluções criativas**, valorização e em prol ao coletivo. (SOBREOTATAME, c2021, grifo nosso)

A pequena exposição inicial de como cada empreendimento se define em seu site, bem como os grifos feitos nos textos, são colocados nesse momento inicial de apresentação das

iniciativas para demonstrar o porquê da escolha de cada uma delas como integrante desta pesquisa. Isso porque já em suas primeiras definições perante o público, os três empreendimentos mencionam aspectos relativos à sua organização que se encaixam nas investidas teóricas aqui abordadas.

No total, participaram da pesquisa 3 (três) empreendimentos criativos, representadas por 8 (oito) pessoas: 1 (uma) integrante do Da Cor ao Caso Instituto; 3 (três) integrantes da Demodê Ateliê; e 4 (quatro) integrantes do SobreOTatame.

Ao todo foram aplicados 4 (quatro) questionários realizados pelo Google Forms aos 8 (oito) participantes e 2 (duas) entrevistas realizadas pela plataforma Zoom com 1 (um) representante de cada empreendimento. A seguir estão os dados das datas das entrevistas e tempo de duração.

Quanto às entrevistas, lembra-se que foram feitas as mesmas perguntas aos representantes de todos os grupos participantes, que estarão dispostas logo adiante. O Quadro 2 mostra, antes, as informações gerais referentes a cada uma delas.

Quadro 2 – Informações gerais sobre as entrevistas

Empreendimento	1ª bateria de entrevistas (6 perguntas)		2ª bateria de entrevistas (7 perguntas)	
	Data	Duração	Data	Duração
Da Cor ao Caso	14/10/2021	15min28seg	01/12/2021	23min11seg
Demodê	15/10/2021	21min14seg	08/12/2021	19min24seg
SobreOTatame	13/10/2021	54min16seg	01/12/2021	1h01min08seg

Fonte: Elaborado pela autora

Nos Quadros 3 e 4, são apresentadas as perguntas estruturadas para a coleta dos relatos feitos em entrevista.

Quadro 3 – Perguntas da primeira bateria de entrevistas

PERGUNTAS:
1: Fale um pouco sobre como surgiu a ideia do seu empreendimento.
2: Vocês procuram estabelecer uma proximidade com o seu público que vai além da compra e venda? Se sim, de que forma? Se não, por que motivo?
3: Qual ou quais os principais valores, princípios e/ou ideias da sua iniciativa?
4: A criatividade pode ser considerada um elemento do trabalho da sua iniciativa? De que forma?

5: Você acredita que o que chama mais atenção na proposta do seu grupo são as ideias que envolvem o projeto ou somente o serviço ou produto em seu aspecto material? Por que?

6: Inovação, Sustentabilidade e Diversidade Cultural – fazem parte do trabalho de sua iniciativa?

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 4 – Perguntas da segunda bateria de entrevistas.

PERGUNTAS:
1: O histórico cultural e social dos integrantes da sua iniciativa contribuiu para a criação da ideia da iniciativa/empreendimento? Ou seja, as memórias e vivências sociais e culturais dos membros que a compõem é parte fundamental do processo de criação e manutenção dos propósitos de vocês?
2: Você acredita que haja um sentimento de pertencimento entre o seu público e os bens ou serviços oferecidos por sua iniciativa? Ou seja, seus bens ou serviços são atrativos ao público conquistado por vocês também por conta de vivências pessoais socioculturais dessas pessoas?
3: Qual o principal objetivo da sua iniciativa? Por quê?
4: O conhecimento é algo fundamental ao seu empreendimento? Seja o conhecimento de práticas ancestrais, seja o conhecimento adquirido cultural e cotidianamente, seja o conhecimento acadêmico etc. Discorra um pouco sobre isso.
5: Há algum tipo de ambição relativa à quantidade de público que vocês pretendem alcançar? A iniciativa de vocês tem a pretensão de alcançar públicos agigantados para uma produção em massa dos bens e serviços oferecidos ou a intenção de público é mais reservada à região, à localidade ou a outro tipo de especificidade?
6: Fale um pouco sobre o processo de como é viabilizar financeiramente o seu negócio e como se dá a atribuição de valor financeiro ao produto/serviço.
7: Fale um pouco sobre o nome do seu empreendimento.

Fonte: Elaborado pela autora

As perguntas dos Quadros 3 e 4 foram escolhidas por conseguirem contemplar os conteúdos abordados teoricamente, bem como permitiam liberdade na fala dos entrevistados em virtude do seu proposital nível de abstração. Alerta-se que não serão expostas as respostas uma a uma, até mesmo porque ocorreram entrevistas de aproximadamente uma hora, logo a descrição completa das palavras ditas pelos entrevistados levaria a um volume desnecessário de páginas.

Preferiu-se a adoção de sistematização das informações a ponto de conseguir demonstrar a resposta ao problema formulado na pesquisa, qual seja a concretização de direitos culturais através da economia criativa, que mostra-se, por seu próprio formato e princípios, como possibilidade para o livre exercício desses direitos, ampliando os meios de efetivação da cidadania cultural.

Para isso, em um primeiro momento serão retirados conteúdos das perguntas das entrevistas e das observações feitas das dinâmicas dos seus espaços virtuais, como sites e redes sociais, bem como da união das respostas subjetivas dos questionários. Esses conteúdos serão resumidos e organizados de maneira dissertativa nos próximos tópicos, que abordarão cada iniciativa particularmente (subtópicos 4.2.1 a 4.2.3). Posteriormente as informações obtidas através das perguntas objetivas dos questionários aparecerão de maneira mais demonstrativa, com indicadores das respostas dos trabalhadores criativos participantes sobre seus trabalhos, gerando gráficos e considerações que levarão em conta as perspectivas pessoais de cada pesquisado.

4.2.1 Da Cor ao Caso Instituto

O Da Cor ao Caso Instituto, em seu próprio site, se define enquanto plataforma que oferece às organizações públicas e privadas *talks*, treinamentos e cursos em assuntos de diversidade, colocando como três pilares o respeito, a inclusão e a sustentabilidade (Figura 3).

Figura 3 – Pilares de atuação Da Cor ao Caso Instituto



Fonte: DA COR AO CASO INSTITUTO. **Nossos pilares de atuação.** [São Luís], 27 jul. 2021. Instagram: @dacoraocaso. Disponível em: <https://instagram.com/dacoraocaso/>. Acesso em: 8 dez. 2021.

Neste ponto é possível perceber de imediato a ligação dos pilares do grupo com os elementos pensados para a economia criativa expostos na pesquisa. Já apresentados anteriormente, e surgindo desde o início dos debates públicos institucionais específicos para a EC no Brasil, com a formulação do Plano da Secretaria de Economia Criativa, são colocados como vetores norteadores da EC no país a inclusão social, a sustentabilidade, a inovação e a diversidade cultural. Assim, já no começo do contato com a realidade do empreendimento em debate, foi percebido o elo entre seu modelo de negócio e o entendimento de economia criativa trabalhado.

Autodeclarando-se como plataforma de letramento racial, o instituto é estruturado de forma horizontal, possuindo três diretorias estratégicas: a diretoria de planejamento, a diretoria executiva e a diretoria de RH. Não havendo sede ou espaço físico fixo onde aconteçam as atividades, sua organização se dá de forma não presencial, na qual o correio de e-mail é o canal institucional pelo qual se dá a comunicação interna da equipe do instituto.

A plataforma do instituto divide seu trabalho de natureza eminentemente cognitiva, ou seja, voltada ao conhecimento, em 5 eixos: produção cultural; letramento racial e treinamento; gerenciamento de crise (preventiva e em crise); consultoria em assuntos de diversidade; e assistência psicológica e jurídica. Para tanto, e colocam como compromisso de trabalho questões como a diversidade, a iniciativa sustentável, e a inclusão social.

O público normalmente atendido pelo Da Cor ao Caso são organizações públicas e privadas que passam a valorizar e querer implementar em sua dinâmica o respeito às diversidades sociais, sendo enfoque de trabalho do instituto as diversidades relativas à questão racial.

Em entrevista, foi revelado que a ideia do empreendimento surgiu a partir de um desconforto nas trajetórias corporativas pessoais dos integrantes, desconforto que relaciona-se às questões raciais vivenciadas por cada um. Logo percebe-se a relação da iniciativa com as vivências particulares e coletivas dos próprios membros, que envolvem questões sociais.

A partir disso, com o objetivo de impulsionar outras carreiras de pessoas negras no mercado de trabalho *lato sensu*, seja dentro de órgãos públicos, seja dentro de empresas de pequeno, grande ou médio porte, os membros montaram a plataforma com diversos vetores de atuação pensando precipuamente na carreira de profissionais negros.

Assim, o Instituto Da Cor ao Caso estabelece uma proximidade com seu público na medida em que estão tratando diretamente sobre as carreiras profissionais e vivências pessoais dessas pessoas que têm como alvo principal. A troca de experiências entre os integrantes do instituto e o público são constantes, seja em treinamentos que envolvem debates de raça e

gênero, seja nos programas de letramento racial, no acompanhamento de carreiras, na conexão de talentos negros ao mercado de trabalho ou outras ações do empreendimento. O instituto trabalha diretamente com transformação social, então, conforme a diretora executiva Anita Machado afirmou em entrevista, essa proximidade de diálogo com o público é fundamental.

A representante do instituto faz a ressalva de que as organizações que contratam os serviços do Da Cor ao Caso em muitas ocasiões estão interessadas em perspectivas de mercado, uma vez que a questão da inclusão social e da diversidade nas instituições hoje é muito cara na imagem perante o público e perante o mercado. Então nem sempre a sensação de pertencimento faz parte das pessoas que estão ouvindo e aprendendo com as formações de letramento racial proporcionadas pelo empreendimento. Todavia, a pretensão é de levar esse conhecimento às organizações para que sejam ambientes cada vez mais diversos e plurais, trazendo à tona o objetivo principal da empresa que é: impactar socialmente para transformar.

Acerca da criatividade enquanto elemento da iniciativa em comento, a diretora executiva do instituto afirmou não haver dúvidas quanto a sua presença fundamental nas atividades da organização. Isso porque os projetos executados pelo Da Cor ao Caso levam em consideração uma diversidade de pessoas, o que exige que os membros levem narrativas e propostas que consigam alcançar as diversas origens e contextos de cada um.

Segundo Anita Machado, a criatividade é utilizada na totalidade dos vetores de atuação do instituto, sendo um elemento central de todos os seus projetos. Justamente em virtude de todas essas considerações que as ideias e valores do Da Cor ao Caso são essenciais na ligação do público com a sua proposta.

Em entrevista, quando questionada sobre a inovação como parte integrante do instituto, a diretora executiva informou que pela própria proposta ousada que a plataforma sugere para impactar e transformar as realidades institucionais das organizações e, consequentemente a realidade social, é perceptível o caráter inovador da iniciativa. Ainda considerou que não fala somente sob um aspecto local ou regional, mas de abrangência nacional uma vez que o Da Cor ao Caso já teve e tem contato com grupos e organizações em outras regiões do país.

Sobre a sustentabilidade percebeu-se que o enfoque dado pelo instituto não diz respeito somente à sustentabilidade ambiental, mas uma compreensão que também envolve equidade social e racial. Na visão do instituto, o desenvolvimento com transformação social também diz respeito sobre sustentabilidade.

Em relação à diversidade cultural, o Da Cor ao Caso atua em estímulo e promoção de encontros, eventos e diálogos sobre a cultura maranhense, a cultura de raiz dos povos negros e outros tipos de temas que ventilam resgates culturais que são pertinentes ao trabalho da organização.

Um exemplo dado pela diretora executiva foi a utilização da música *Identidade* (1992) de Jorge Aragão em um dos projetos do instituto denominado ‘Raio-X racial’, que é um diálogo estabelecido com equipes das empresas que contratam os serviços de letramento racial. Assim, o instituto trabalha também a própria compreensão do que é identidade, o que é identificação e de que forma isso tem a ver com a produção cultural negra, por exemplo.

Discorrendo sobre a participação do conhecimento como elemento fundamental do instituto, Anita Machado relata que os conhecimentos trocados nos *talks* oferecidos pelo Da Cor ao Caso são advindos de vivências práticas, sendo, então, principalmente empíricos. Isso porque são utilizadas experiências usualmente vividas por pessoas negras para que haja o desenvolvimento das ideias que envolvem o letramento racial oferecido.

A projeção da plataforma do da Cor ao Caso possui alcance nacional e, segundo a diretora executiva, a pandemia contribuiu para o desenvolvimento desse alcance desterritorializado, uma vez que passaram a ser mais procurados serviços oferecidos online e que proporcionam o mesmo aproveitamento das atividades feitas de maneira presencial. Um exemplo dado foi um produto formulado pelo instituto que é um serviço de afroturismo, chamado Caminho Ancestral, proporcionando uma jornada na história dos protagonistas negros de São Luís (MA) – atividade que, segundo a diretora executiva, pode ser adaptada à realidade de um tour online.

Percebendo a relação direta entre os serviços oferecidos e as tecnologias da informação e da comunicação, há cursos oferecidos pelo instituto em quatro possibilidades na plataforma:

- a) Raio-X Racial: *talk* sobre questões raciais no Brasil e de que forma os aspectos estruturais impactam os ambientes corporativos;
- b) Raio-X Racial e de Gênero: *talk* envolvendo as questões raciais e de gênero no Brasil e de que forma os aspectos estruturais impactam os ambientes corporativos;
- c) Caracol da Diversidade: *talk* sobre vários temas de diversidade e inclusão de grupos minorizados nas organizações (pauta racial, gênero, pcd, lgbtqia+, maternidade etc);

- d) *Like a Leader*: treinamento para profissionais em *leadership positions*, envolvendo temas práticos da dinâmica corporativa e situações reais de mercado em relação às pautas de diversidade.

Além disso, há no site do Da Cor ao Caso instituto a veiculação de notícias que tratam sobre pautas relativas às questões raciais, como o racismo, as cotas raciais, lideranças negras, e também a disponibilização de vídeos com personalidades negras, como os *links* das participações de Taís Araújo, Djamila Ribeiro e Preto Zezé no programa Roda Viva.

Outro aspecto interessante de ser abordado são as atuações em rede feitas pelo empreendimento com outras iniciativas que tangenciam ou adentram suas pautas. Isso é percebido no projeto Caminho Ancestral, já comentado, que leva a experiência de contar a cidade de São Luís (MA) a partir de um olhar afro referenciado. Nesse projeto, ocorreram parcerias com a rede denominada Diáspora Black, que promove cultura negra, serviços relacionados ao turismo e cursos, e a plataforma de afroturismo chamada Guia Negro.

O Da Cor ao Caso Instituto também é responsável pela promoção de eventos que envolvem seus conteúdos e áreas de atuação. Como exemplo apresenta-se a produção denominada Toque Ancestral, evento realizado em celebração às conquistas históricas dos negros, contando com atrações e programação que levam em consideração a história, a cultura e a ancestralidade dos povos negros. Nesta produção foram lembradas e homenageadas personalidades como Maria Firmina, João do Vale, Lélia Gonzalez e Ivone Lara, com atrações artísticas exclusivamente negras.

Outra produção do instituto diz respeito à venda de bens materiais com conteúdo cultural simbólico, como camisetas, *sketchbooks* e *ecobags* que revelam traços identitários relacionados à cultura negra. Incluindo desenhos produzidos por artistas maranhenses, como os *journals* e *sketchbooks* com arte assinada por um artista visual ludovicense. (Figura 4).

Figura 4 – Sketchbook Da Cor ao Caso Instituto



Fonte: DA COR AO CASO INSTITUTO. **Sketchbook**. [São Luís], 18 jul. 2021. Instagram: @dacoraocaso. Disponível em: <https://instagram.com/dacoraocaso/>. Acesso em: 9. nov. 2021.

Outra característica importante do instituto é a difusão de conhecimentos relativos à cultura e a personalidades negras em seu site e redes sociais, na forma de publicações, colocando imagens que ilustram o conteúdo que será abordado com legendas que trazem as informações referentes à representação imagética, como as mostradas na Figura 5.

Figura 5 – Publicações relativas a cultura e personalidades negras Da Cor ao Caso Instituto



Fonte: Compilação da autora¹

Todo o relato do Da Cor ao Caso Instituto feito até então, utilizando por referências as entrevistas e os espaços virtuais gerenciados pelo empreendimento, demonstram a direta ligação da iniciativa com aspectos socioculturais. Isso é mais facilmente percebido quando

¹ Montagem a partir de imagens coletadas no Instagram: @dacoraocaso. Disponível em: <https://instagram.com/dacoraocaso/>. Acesso em: 4 dez. 2021.

são expostas as razões de ser do nome da organização e do seu símbolo principal, que é um caracol.

O nome do instituto quer dizer da cor da pele ao caso de racismo, ou seja, o as discriminações oriundas do preconceito racial foram o motivo que levou à fundação do Da Cor ao Caso como empresa que pretende impactar para transformar socialmente. A pretensão de impacto social refere-se às relações e vivências raciais, principalmente no mercado de trabalho, dando vida aos projetos e ações do empreendimento que vê no letramento racial das organizações um meio de amortizar as situações de preconceito vividas pelos profissionais negros.

O símbolo do instituto, que é um caracol em algumas tonalidades, é uma alusão direta à perfeita simetria da natureza, significando aquilo que não tem fim, ligando-se à ancestralidade negra, tendo conexão também com as expressões culturais negras quem tem por base o movimento circular, como a roda de samba, a roda de tambor de crioula e as rodas de terreiros. A diretora executiva do grupo chama a atenção, inclusive, para o fato de que a plataforma também diz respeito à ancestralidade e àquilo que é circular, uma vez que tem como alvo toda uma coletividade a partir de vivências culturais e sociais que se perpetuaram historicamente, possuindo pretensões de atingir e mudar positivamente o futuro.

Além disso, na marca do instituto, que é o caracol, a representação de várias cores que são alusões aos tons de pele pretos e pardos, como pode ser visto na Figura 6:

Figura 6 – Marca Da Cor ao Caso Instituto



Fonte: DA COR AO CASO INSTITUTO. **Quem somos.** [São Luís], c2021. Disponível em: <https://dacoraocaso.com.br/>. Acesso em: 9 nov. 2021.

Com isso, são perceptíveis as influências culturais que permeiam a iniciativa que, utilizando de tecnologias da informação e da comunicação como instrumentos fundamentais das atividades e ações realizadas, tem como motor principal de atuação as questões raciais na sociedade e as expressões socioculturais da população negra.

Nas atividades promovidas pelo instituto, são possibilitados direitos culturais relativos à identidade e à diversidade cultural, bem como direitos relativos à participação na vida

cultural uma vez que promove eventos e dinâmicas que levam conteúdos relativos à cultura e à ancestralidade da população negra.

4.2.2 Demodê Ateliê

Valorizando a matéria-prima 100% nordestina, as produções femininas, a diversidade de corpos e a moda sustentável, e conectando processo produtivo com a natureza, a Demodê Ateliê trabalha com a produção manual de roupas de algodão com o imperativo do conforto como parte fundamental do vestir-se bem.

Utilizando como principal insumo o algodão orgânico da Paraíba, o ateliê a Demodê divide-se em 3 espaços. O espaço virtual, onde há a comunicação com consumidores de todo o Brasil, sendo o principal canal de vendas desde o lançamento da iniciativa. Há o espaço físico do ateliê em São Luís do Maranhão, onde é realizada a confecção, os moldes, os tecidos e o estoque, local em que o produto é concebido e administrado por parte das integrantes. E há a Loja Conceito em Atins, vilarejo localizado no município de Barreirinhas (MA) e interno ao Parque dos Lençóis Maranhenses, espaço onde há comercialização de produtos próprios, assim como na loja virtual, e ainda outros produtos que casam à proposta do empreendimento, como biocosméticos agroflorestais, brinquedos de madeira, peças de vestuário com reaproveitamento de materiais e artesanato local feito com palha.

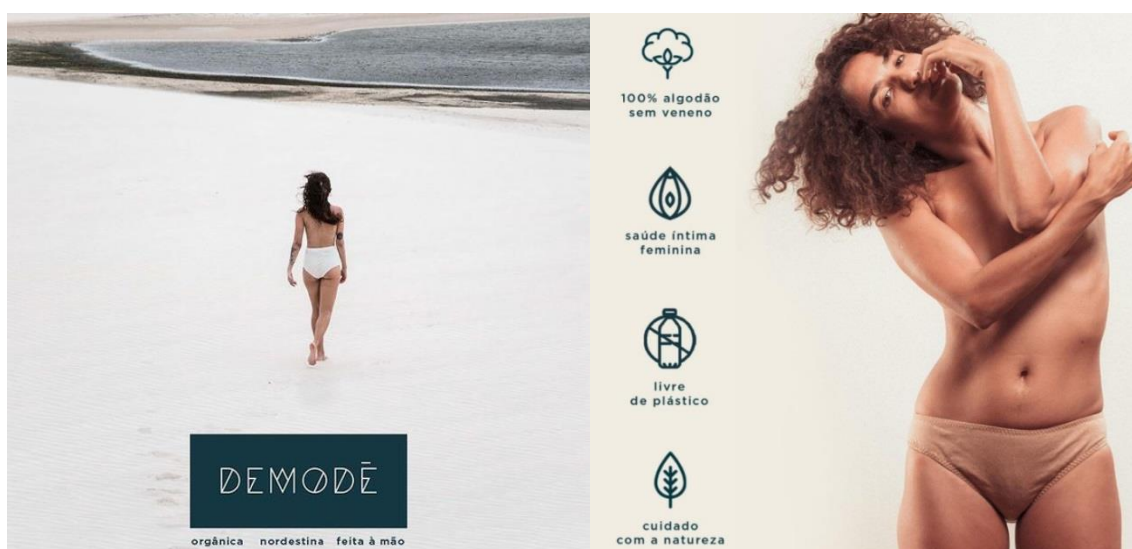
O projeto do empreendimento conta com 5 aspectos principais:

- a) produção orgânica (foi baseado neste princípio que decidiu-se pela malha utilizada em todas as criações – 100% algodão – que é plantado de forma orgânica, sem agrotóxicos, respeitando o solo e quem planta. Cultivada na Paraíba através da agricultura familiar);
- b) produção sustentável (algodão é certificado pela ECOCERT, organização de certificação orgânica, tendo também o selo Eureciclo e entrega em caixas de papelão reciclado, com transporte limpo, de bicicleta na cidade de São Luís);
- c) produção feita à mão (100% artesanal);
- d) produção local;
- e) produção nordestina (não só em relação à origem da mão-de-obra, como, também, de 95% dos materiais utilizados nas confecções) .

O início da Demodê se deu, primeiro, por uma necessidade particular da própria criadora Maria Zeferina em relação às calcinhas de algodão, mas principalmente pela percepção de um produto que funcionasse dentro dos princípios da economia circular, numa

perspectiva de 360°, beneficiando todos os envolvidos na cadeia produtiva (desde a coleta da matéria-prima até o descarte da peça gerada), levando ao algodão orgânico da Paraíba, pois havia o desejo de valorizar um insumo essencialmente nordestino. (Figura 7).

Figura 7 – Valorização do local e de roupas sustentáveis de algodão Demodê Ateliê



Fonte: Compilação da autora²

Em relação à proximidade com o público, a criadora da Demodê informou que há uma prioridade de atendimento especializado a clientes e possíveis clientes, com o intuito de conhecer melhor as necessidades de quem compra, que é um público majoritariamente feminino, bem com de exercer a escuta ativa sobre dúvidas, reclamações, sugestões e questionamentos, havendo, para isso, a eleição de uma pessoa específica que trata dessas demandas.

Outra coisa que leva ao sentimento de proximidade do público com a iniciativa é a apresentação do material que é utilizado nas roupas produzidas, bem como das pessoas que fazem parte da iniciativa e produzem as roupas. Isso leva o consumidor a ter maior confiança e aproximação às ideias defendidas pelo empreendimento.

Como principais princípios da iniciativa, foram eleitos a economia circular e a moda para pessoas e corpos reais. Com relação ao primeiro ponto, surge a divulgação da matéria-prima exclusivamente nordestina e sustentável, tornando-se um dos aspectos nucleares do ateliê. O valor por detrás dessa preocupação é a valorização da vida e, consequentemente, o

² Montagem a partir de imagens coletadas no Instagram: @demode_atelie. Disponível em: https://instagram.com/demode_atelie/. Acesso em: 30 ago. 2021.

consumo consciente, levando a uma preocupação minuciosa com todas as etapas da cadeia produtiva, como dito, desde a coleta da matéria inicial até o descarte do produto.

Sobre esse primeiro ponto, foi chamada atenção ao fato de que muitas vezes há empresas que fazem a venda enganosa de moda sustentável, como ocorre com as propostas que envolvem vestimentas de garrafa pet, e que não levam em consideração fatores como o descarte dessas peças. No caso do algodão orgânico, ao contrário, o produto é biodegradável, possibilitando, a exemplo, a compostagem de uma calcinha feita desse material.

Com a infinitude de possibilidades dentro da moda, a criatividade foi colocada como elemento integrante da iniciativa em razão das dificuldades enfrentadas por uma proposta que trabalha com o desejo de alcançar corpos diversos e entendidos como ‘reais’, ou seja, em atenção às diversidades físicas, como, por exemplo, de tamanho e peso. Além disso, foi relatado que trabalhar com uma matéria-prima de cor única exige que a feitura dos produtos seja criativa para agradar quem consome, e que também a comunicação do empreendimento precisa ser criativa para conseguir comunicar com eficiência suas ideias e alcançar o entendimento do público.

A criadora da Demodê Ateliê afirma que as ideias, ou seja, o conteúdo intangível, que regem a iniciativa são a maior chave de atração do público que consome seus produtos. Isso leva em consideração, também, o que foi falado sobre a matéria-prima principal possuir cor única, restringindo, à primeira vista, a atração de parte do público que prefere uma variedade de cores como opção.

O seu caráter de contracultura, como falado pela criadora Maria Zeferina, é um diferencial de atração ao público. Isso porque a Demodê ressignifica o sentir-se bela promovido pelos setores tradicionais da moda, acentuando o conforto como parte desse sentimento de se sentir bem vestida. O foco principal do empreendimento está no sujeito, como essa pessoa deve se sentir bem ao vestir-se, ao mesmo tempo que se sente bela ou de outra forma que queira.

Desse caráter que vem a proposta do nome, pois a palavra Demodê normalmente é utilizada com a conotação de ser ‘fora de moda’, logo o termo é utilizado ironicamente como parte desse processo de contradição à moda que não é atenta a aspectos como o conforto e utilização de material sustentável.

Quando questionada sobre a presença dos fatores inovação, sustentabilidade e diversidade cultural, a representante do ateliê concordou que todos fazem parte dos processos econômicos criativos realizados pela iniciativa.

A inovação porque, apesar de utilizar uma matéria-prima antiga, há um resgate sobre o uso consciente de materiais que podem perpetuar o bem-estar da natureza e dos sujeitos, fazendo justamente o que a produção industrial e em massa da moda não faz: que é levar um produto de moda biodegradável, principalmente vestimentas íntimas como calcinhas.

A sustentabilidade pela própria formação de ideias que leva em conta a totalidade da cadeia produtiva, pensando desde a valorização da plantação da matéria-prima por pequenos produtores de agricultura familiar, até o descarte biodegradável das vestimentas. Inclusive as embalagens dos produtos são feitas de forma sustentável, com papelão reciclado e pronta para reutilizar. Não há, também, a utilização de etiquetas nas peças, justamente com o intuito de reduzir ao máximo a produção de resíduos nocivos à natureza. (Figura 8).

Figura 8 – Projeto ecológico em Atins Demodê Ateliê



Fonte: DEMODÊ ATELIÊ. **Projeto Atins verde**. [São Luís], 21 ago. 2021. Instagram: (@demode_atelie). Disponível em: https://instagram.com/demode_atelie/. Acesso em: 2 nov.

Quanto à diversidade cultural, a representante da iniciativa falou sobre a valorização feita pela Demodê em relação à variedade de pessoas que quer atingir com sua proposta e, também, sobre a diversidade de fazeres do empreendimento, preponderando o fazer manual, por exemplo, com a renda de bilro, e destacando o *slow fashion*, que não busca discutir preços, mas sim valores e princípios, que são heranças culturais, como explica. (Figura 9).

Figura 9 – Renda de bilro e modelos de roupas da marca Demodê



Fonte: Compilação da Autora³

Dentro do fazer manual as possibilidades se expandiram na Demodê, pois com a chegada de nova loja física houve a ampliação dos produtos, agora com o crochê e com a madeira na produção de instrumentos musicais (na loja há a produção de instrumentos musicais de origem africana).

Em entrevista foi falado sobre a inegável ligação entre o histórico sociocultural das integrantes da iniciativa e a manutenção do projeto, por haver uma troca orgânica de ideias entre todas que transitam entre pautas relativas ao feminismo, moda para bebês, reaproveitamento de tecido com os retalhos do próprio ateliê, tudo advindo das vivências de cada uma e transformado em ideias para o empreendimento. Além disso, tratando-se de uma marca que traz uma política voltada à produção orgânica e à moda ecológica, grande parte do público compra por se sentir pertencente a esse ideal.

No ateliê em discussão, além de produtos que estejam em harmonia com a natureza, e em harmonia com os diversos corpos femininos, há um ideal de estilo de vida onde você compra menos e apoia uma cadeia produtiva benéfica que luta por uma mudança em outras cadeias produtivas da moda e de outras áreas. Não há, na dinâmica proposta pela Demodê, como separar a moda ecológica de uma mudança geral de comportamento de consumo – isso faz com que quem está consumindo leve essa mudança para outros ambientes, como a alimentação orgânica, os cosméticos orgânicos – torna-se um *lifestyle*, uma reação em cadeia.

³ Montagem a partir de imagens coletadas no Instagram: @demode_atelie. Disponível em: https://instagram.com/demode_atelie/. Acesso em: 23 nov. 2021.

Há um ideal de transformação primado pela iniciativa, que começa buscando atingir quem compra e consome seus produtos até chegar no entorno desses consumidores e na realidade social de cada um. Para isso, Maria Zeferina comenta que há a necessidade de difusão de conhecimento sobre esse *lifestyle* que a marca preza, onde o ponto de convergência de tudo é o saber ancestral – que na sua origem já era ecológico e já existia em harmonia com a natureza.

A partir do crescimento industrial e fabril que essa essência foi se perdendo na moda e em outras vertentes do mercado. Afirmando que ‘o futuro é ancestral’, a criadora da Demodê explica que o ateliê está sempre olhando para esse lugar do saber ancestral, buscando retomar esse conhecimento de forma readaptada, com o auxílio de novas tecnologias, por exemplo.

Além disso, dentre os ideais da Demodê não há uma pretensão de crescimento contínuo do público alcançado ou da produção para alcançar um número agigantado de consumidores. O que se busca é que as pessoas que optam por aderir à marca se sintam bem com o que vestem e consigo mesmos e que ao mesmo tempo isso seja capaz de gerar a permanência do projeto e o bem-estar econômico das trabalhadoras.

Se através disso o empreendimento alcançar públicos maiores, não há problema, mas, todavia, não existe o intuito de chegar a um lugar de produção massiva, até mesmo porque a iniciativa acredita em um estilo de trabalho onde as mulheres são respeitadas e podem, por exemplo, as mães faltarem quando precisam, ou onde as crianças podem acompanhar as mães sem problemas e com cuidado caso a responsável não tenha com quem deixar.

Acerca da atribuição de valor dos produtos, há a influência protagonista da venda de um *lifestyle*, vender algo que é completamente distinto do que se vê na moda de produção industrial tradicional. Em vez de vender em uma indústria de produtos efêmeros e sem valores intangíveis, primar pela venda não poluente e não agressiva aos trabalhadores e aos consumidores.

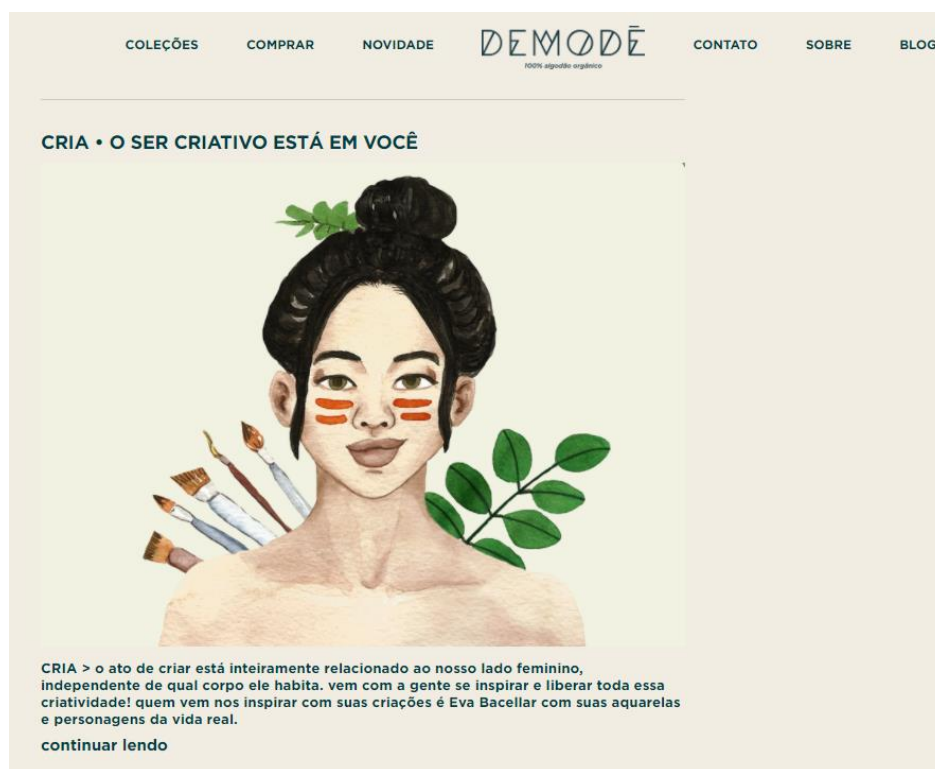
A viabilização do negócio ou seja, a sustentabilidade financeira, surge a partir das vendas realizadas pela internet e pela loja física, vendas essas que se expandiram para além da produção de roupas íntimas femininas, alcançando agora a produção de roupas para bebês, peças de vestuário não íntimo, outros materiais que não o algodão (mas ainda sob o imperativo orgânico e sustentável) e até a produção de instrumentos musicais de origem africana feitos de madeira.

Toda essa expansão vem construindo a sustentabilidade financeira do empreendimento e de suas trabalhadoras criativas. Inclusive uma questão que apareceu recentemente diz

respeito à venda internacional dos produtos do ateliê através das vendas online, abrindo mais uma porta nas possibilidades de captação de recursos.

Além da venda de produtos, o site da Demodê (<https://demodeatelier.com/>) contém uma parte direcionada a um blog, destinado a textos, reflexões, dicas e informações sobre matérias diversas, como sustentabilidade, questões femininas, insumos orgânicos, produções artísticas culturais, plantas e outros. (Figura 10).

Figura 10 – Blog Demodê Ateliê



Fonte: CRIA: o ser criativo está em você. **Blog Demodê Ateliê**. [São Luís], c2021. Disponível em: <https://demodeatelier.com/blog/1/CRIA>. Acesso em: 8 dez. 2021.

O enaltecimento da produção e dos modos de fazer nordestinos são explícitos nas atividades da Demodê Ateliê, que consequentemente adentram o universo cultural dos trabalhos manuais feitos na região. Além disso, a predominância de conhecimentos ancestrais na produção de roupas, que aliam-se à valorização da moda artesanal do nordeste, ligados aos veículos de comunicação utilizados, explanam a renovação da utilização desses saberes como fonte de conhecimentos para os processos presentes.

4.2.3 SobreOTatame

O SobreOTatame (SOT) surgiu entre os anos de 2013 e 2014, através de insatisfações do jornalista Jonas Sakamoto com o jornalismo local, que tem o hábito de veicular recorrentemente notícias negativas sobre a cidade e sobre os bairros, prática muito presente no jornalismo policial, por exemplo. Desejando trazer uma comunicação que impacta positivamente a sociedade e que mostra os benefícios e coisas boas da cidade, o jornalista decidiu criar um negócio em sua área que impactasse positivamente, contando histórias de boas iniciativas, práticas culturais, movimentação artística e outras temáticas, valorizando a cultura local.

Começando apenas com a produção de textos, hoje o SobreOTatame, é um portal que abraça esse viés de impactar socialmente contando boas histórias e mostrando os lados positivos da sociedade, agora com linguagens diversas, envolvendo textos, produções audiovisuais, fotografias e outras.

O nome do empreendimento surgiu a partir de uma metáfora que relaciona-se com as artes marciais. O tatame, para os praticantes de artes marciais, é um espaço sagrado, de batalhas, aprendizados, perdas e conquistas. Intencionando então falar sobre esse ‘palco de luta’ que é a vida e o cotidiano, onde as pessoas são lapidadas pelos desafios enfrentados, a iniciativa passa a ser chamada de SobreOTatame em alusão a essa comparação com o espaço sagrado e desafiador que é o tatame nas artes marciais.

A partir dessa ideia, a iniciativa começou como um espaço colaborativo onde as pessoas gratuitamente compartilhavam seus trabalhos e conhecimentos para a manutenção desse portal de comunicação, unindo pessoas que buscavam, de alguma forma, impactar positivamente o seu entorno social e que por isso somavam com a ideia exclusivamente pelo propósito. Com o passar do tempo e a ampliação do alcance de público, dos serviços e o aumento da visibilidade do trabalho, os serviços oferecidos passaram a gerar valor comercial e, consequentemente, renda para os envolvidos.

Possuindo oito membros e três eixos de atuação (comportamento, cidadania e cultura), o SOT reúne profissionais de áreas como Comunicação, Direito e Psicologia na formação de seus conteúdos, o fazendo através de textos, fotografias, material audiovisual, coberturas e eventos. Como principais valores, o empreendimento lista em seu site: 1) Entregar momentos únicos; 2) Valorizar e reconhecer potencialidades; 3) Comunicação horizontal e assertiva; 4) Linguagem independente, versátil e criativa; 5) Abertura a possibilidades; 6) Ser um suporte cultural e de cidadania maranhense.

Uma característica que foi destacada pelo criador do empreendimento, Jonas Sakamoto, em entrevista foi que os próprios integrantes do SobreOTatame buscam viver a cidade e conhece-la em seus melhores aspectos. Foi a partir disso que delimitou-se os três eixos de conteúdo, que são comportamento, cidadania e cultura. Para ele, essa delimitação é similar à delimitação de um tema em trabalhos acadêmicos, pois a princípio pensavam em uma série de vetores que poderiam ser abordados, mas visualizando seu trabalho de ativismo social foram ajustados e limitados a esses três itens.

Colocando como missão a criação de conexões e a difusão de informações concisas e provocativas, o SobreOTatame tem o intuito de ‘provocar’ o receptor do conteúdo para fazê-lo refletir sobre sua comodidade, ou não, quanto a seus pontos de vista. Pautados em uma comunicação empoderadora, conforme explícito no estabelecimento de sua visão, a iniciativa pretende levar diferentes olhares em suas produções, buscando nisso o seu meio de aproximação com o público e também de provocação.

Um aspecto que gera maior sensação de proximidade do público com a iniciativa é a sua busca por uma criação de conteúdo positivo sobre a diversidade cultural, os costumes e o cotidiano de São Luís, o que tornou o SobreOTatame em uma espécie de catálogo histórico e sociocultural da cidade desde que foi lançado e, em partes, do estado do Maranhão. Isso porque a plataforma, como já dito, faz uma série de produções escritas, audiovisuais, fotográficas e em outros formatos que noticiam justamente o cotidiano cidadão, cultural e comportamental principalmente da cidade de São Luís.

Trazendo formatos de cobertura audiovisual inovadores para a cidade de São Luís, o SOT é responsável pela criação de vários projetos dos quais destacam-se três (que são apresentados no formato de colunas em seu site): o SobreOTatame Session, o Elas SobreOTatame e o SobreOTatame Personagens.

O projeto SobreOTatame Sessions tem por objetivo a valorização de artistas locais e independentes do Maranhão, para demonstrar a diversidade cultural da cena cultural e artística independente da cidade. Assim, começou inicialmente sendo uma produção audiovisual com apresentações e entrevistas com artistas ludovicenses, dentre eles as cantoras Núbia, Camila Reis, Regiane, as bandas Ornitorrincos do Sertão Turu, Soulvenir e o rapper Gugs, mas acabou culminando na produção de shows (com a gravação sendo realizada ao vivo). Já foram gravados 35 vídeos ao todo, com 11 artistas e a culminância de 2 shows.(Figura 11)

Figura 11 – Produção audiovisual SobreOTatame



CULTURA ◊ SESSIONS ◊ VÍDEOS

VÍDEO: MÚSICA AUTORAL, ACESSIBILIDADE E ARTE NO SOBREOTATAME SESSIONS AO VIVO NO CCVM

por Jonas Sakamoto | 24/07/2018

Em sua primeira edição ao vivo, o SobreOTatame Sessions teve no seu line-up os artistas maranhenses: Ornitorrincos do Sertão Turu, Vinaa, Ari Sousa, Israel Costa,...



SESSIONS

SOBREOTATAME SESSIONS (EP. 11) – NÚBIA

por Jonas Sakamoto | 28/11/2018

Veja o vídeo clicando aqui: https://youtu.be/7Tx28_Z1na4 | ASSINE O CANAL | 1. 0:00 Intro 2. 0:16 O Mito 3. 3:17 Entrevista (parte 1) 4. 4:16 Conto...



SESSIONS

SOBREOTATAME SESSIONS (EP. 9) – GUGS

por SobreOTatame | 25/09/2018

| ASSINE O CANAL | Nesta nova temporada do quadro “SobreOTatame Sessions”, estreamos um novo formato e proposta para os artistas da música independente maranhense....

Fonte: Compilação da autora⁴

O projeto Elas SobreOTatame contempla temáticas voltadas às mulheres, que são difundidas através da produção de podcasts, textos e reuniões presenciais. Temas como o prazer feminino, o autoconhecimento, a maternidade, representatividade e resistência das mulheres negras e a saúde mental da mulher já foram trabalhados pelos encontros e materiais produzidos pela iniciativa. (Figura 12).

⁴ Montagem a partir de imagens coletadas no site SOBREOTATAME. [São Luís, 2018]. Disponível em: <https://www.sobreotatame.com/category/sessions/page/2/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

Figura 12 – Projeto Elas SobreOTatame



CIDADANIA ◇ COMPORTAMENTO ◇ ELAS SOBREOTATAME

MULHERES NEGRAS RESISTEM! – VEJA COMO FOI A NOSSA RODA DE CONVERSA

por SobreOTatame | 19/11/2019

(Foto: Jonas Sakamoto / Equipe SobreOTatame.com)

No último sábado (16) a iniciativa Elas SobreOTatame realizou um encontro para discutir representatividade e resistência da mulher negra....



CIDADANIA ◇ COMPORTAMENTO ◇ ELAS SOBREOTATAME

DIÁLOGO, UNIÃO E FORÇA NO I ENCONTRO ELAS SOBREOTATAME

por SobreOTatame | 09/04/2019

O tema “autoconhecimento e prazer feminino”, o primeiro encontro que teve o objetivo o diálogo e a união da força feminina.

Fonte: Compilação da autora⁵

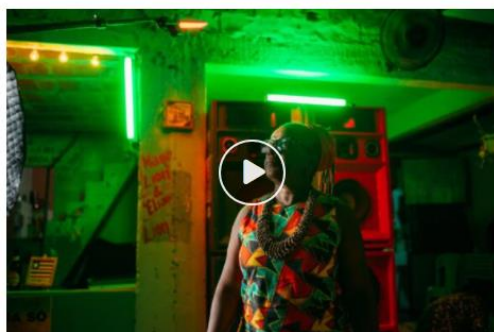
O projeto SobreOTatame Personagens traz textos, vídeos e fotografias sobre pessoas na cidade de São Luís:

[...] é um quadro que tem como objetivo contar histórias de pessoas do cotidiano, que tem uma história de vida e, as vezes, é esmagada com a avalanche de pré-conceitos, olhares, julgamentos, mas, que na verdade, esconde **uma história de vida que pode se assemelhar com a minha ou com a sua**. É um quadro que visa buscar empatia. Até porque, temos que respeitar cada pessoa que olhamos nas ruas. (SOBREOTATAME, 2016).

Iniciando com a série ‘Pessoas que Inspiram’, com seis episódios, após a série ‘Personagens’ e ‘Personagens – especial Ilha Magnética’ (em parceria com a cerveja Magnífica, cerveja típica do Maranhão), esses dois últimos que totalizam sete episódios. (Figura 13).

⁵ Montagem a partir de imagens coletadas no site SOBREOTATAME. [São Luís, 2018]. Disponível em: <https://www.sobreotatame.com/category/elas-sobreotatame/page/6/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

Figura 13 – Séries SobreOTatame: 'Personagens- especial Ilha Magnética', 'Pessoas que Inspiram' e 'Personagens'.



CIDADANIA ◊ CULTURA ◊ PERSONAGENS

SOBREOTATAME PERSONAGENS EP. 07: ESPECIAL ILHA MAGNÉTICA – CÉLIA SAMPAIO

por *SobreOTatame* | 12/09/2020

Muita gente vai embora de São Luís, mas não se aguentou de saudade e voltou. Igual a cantora e compositora maranhense Célia Sampaio.

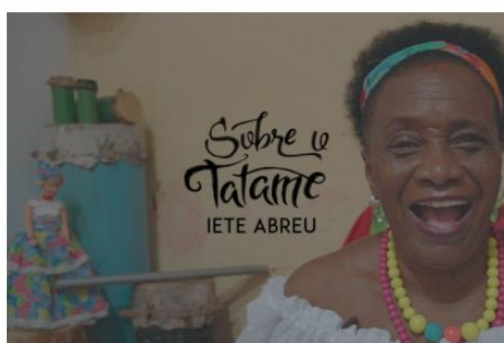


CIDADANIA ◊ PERSONAGENS

PESSOAS QUE INSPIRAM #5: JAANA PINHEIRO, UMA TRANSFORMADORA SOCIAL

por *Jonas Sakamoto* | 06/06/2017

Texto da Monique Moraes, do projeto Su Causa Mi Causa, especialmente para o Sobre O Tatame. Eu conheci Jaana em 2012, nessa época, ela era Capitã do...



PERSONAGENS

SOBREOTATAME PERSONAGENS EP. 03: IETE ABREU

por *Jonas Sakamoto* | 23/06/2019

Iete Abreu, mulher de 71 anos e há 20 dança tambor de crioula em São Luís (MA). Para ela, ser coreira é ter contato com sensações quase terapêuticas e espirituais, além de um resgate a sua ancestralidade.

Fonte: Compilação da autora⁶

O jornalista e criador do SobreOTatame, Jonas Sakamoto, afirmou ser a criatividade um elemento fundamental das atividades da iniciativa, uma vez que buscam ir na contramão do jornalismo convencional que, além de outras notícias, enfatiza muito a informação quando trata de um assunto negativo. Para isso, o SOT precisou reinventar as formas de comunicar-se com o público, tentando alcançar o máximo de pessoas com uma linguagem acessível e concisa.

Além disso, por tratarem de assuntos que usualmente não são falados nas grandes mídias, como a história de uma ativista social ou a vida de uma mulher trans e periférica que é

⁶ Montagem a partir de imagens coletadas no site SOBREOTATAME. [São Luís, 2018]. Disponível em: <https://www.sobreotatame.com/category/personagens/page/2/>. Acesso em: 27 out. 2021.

a primeira transsexual a ocupar uma vaga em um programa de pós-graduação em todo o estado do Maranhão, o SOT estuda os meios e linguagens mais acessíveis para que esses conteúdos cheguem ao público e para que este os compreenda, gerando vários processos criativos na manutenção do projeto.

Para o jornalista entrevistado é essa proposta de mostrar os personagens e os lados positivos de São Luís que levam o SobreOTatame a ser uma proposta de empreendimento chamativa para os seus consumidores, normalmente pessoas que se identificam com esse apego cultural ou esse amor pela cidade e sua história.

Logo, segundo ele, não é só a produção audiovisual, ou o serviço de cobertura de show e eventos, por exemplo, que chamam a atenção de espectadores ou contratantes, mas sim a forma como os serviços do SOT são oferecidos levando em conta vetores (cultura, cidadania e comportamento) de impacto sociocultural – que não podem ser dissociados da ideia do empreendimento. É o formato inovador de comunicação que leva o SobreOTatame a ocupar um lugar de destaque nas produções de conteúdo em São Luís.

Questionado sobre o fator sustentabilidade no SobreOTatame, o criador da iniciativa falou que é um tema que inclusive ocupa um lugar de desejo para próximas pautas de maior destaque da plataforma, mas que está presente na forma de agir do grupo uma vez que há um princípio de não desperdício e reaproveitamento de materiais. Além disso, a sustentabilidade sociocultural, para além do âmbito ambiental, é expressa no empreendimento uma vez que seu trabalho gira em torno justamente da valorização dos costumes e do cotidiano ludovicense.

A diversidade é um aspecto onipresente nas produções do SOT, principalmente a diversidade cultural, uma vez que dentro dos próprios eixos de atuação do grupo há essa amostra da carga cultural maranhense e ludovicense como ponto focal de atuação da iniciativa. O criador do SobreOTatame afirma que para os projetos futuros essa diversidade cultural pretende ser colocada mais à tona, unindo artistas ou produtores culturais de universos bastante distintos para dialogar e produzir conteúdo entre si – um exemplo dado foi a possível união entre uma cantora de brega com um grupo de bumba meu boi.

Alguns outros elementos mencionados em entrevista que compõem o modo de agir do SobreOTatame são: a valorização e o reconhecimento de potencialidades ludovicenses; comunicação horizontal e assertiva; linguagem independente, versátil e criativa; abertura a possibilidades (a nova marca do SOT representa uma espécie de sol ou de leque que quer demonstrar essa abertura às novas possibilidades do empreendimento, imagem que será reproduzida na Figura 14); e um suporte cultural e de cidadania maranhense.

Figura 14 – Nova marca SobreOTatame



Fonte: SOBREOTATAME. **Nós mudamos...**[São Luís], 18 ago. 2021. Instagram: @sobreotatame. Disponível em: [https:// www.intagran.com/tv/CSuDHjSAA_g/](https://www.instagram.com/tv/CSuDHjSAA_g/). Acesso em: 16 nov. 2021.

Na busca pela valorização e reconhecimento das diversas expressões culturais, artísticas e cotidianas da cidade de São Luís (MA), o SOT vê na difusão do conhecimento a sua principal ferramenta. Para verificar isso, pode-se olhar para a execução dos três projetos comentados (Sessions, Elas e Personagens) que, respectivamente, buscam levar a conhecimento do público os artistas locais, debates sobre gênero e protagonismo feminino e histórias de pessoas espalhadas por São Luís.

Questionado sobre a viabilidade financeira do negócio, Jonas Sakamoto falou sobre a dificuldade inicial de rentabilizar o jornalismo proposto pela iniciativa. Entendendo que a plataforma já possuía relevância enquanto geradora de conteúdo, surgiu a ideia de transformar o SOT também em uma prestadora de serviços, pois já possuía uma equipe de audiovisual, fotografia, comunicação e outros profissionais.

A partir disso começou a viabilização de sustentabilidade financeira para a equipe, pois houve a transformação do SobreOTatame em um empreendimento que além da geração de conteúdo jornalístico tratando sobre vetores de comportamento, cultura e cidadania, passou a levar esses eixos também para a cobertura de eventos, produção de eventos e parcerias que passaram a sustentar financeiramente o empreendimento.

Essa ideia levou à formação do que hoje é conhecido por SobreOTatame Filmes, uma produtora de produção de documentários, videoclipes, vídeos institucionais, design, marcas e TV. O primeiro trabalho apresentado nas redes oficiais da produtora foi feito para a PLAN Internacional Brasil, pelo projeto “Nosso Corpo”, realizado em 2019. Mas antes da formação oficial da SOT Filmes enquanto produtora, os membros do SobreOTatame já produziam, conforme exposto acima, materiais audiovisuais, como os feitos para o Festival BR 135 e um trabalho de curadoria e pré-produção em parceria com a AMBEV.

4.3 Análise de adequação das informações colhidas às considerações teóricas da pesquisa

Buscando demonstrar que a economia criativa configura-se enquanto modelo econômico favorável à concretização de direitos fundamentais culturais e, conseqüentemente, ampliar as formas de exercício da cidadania cultural, com a convergência de pesquisas bibliográfica e de campo para este fim, esta parte é dedicada à adequação de informações obtidas na pesquisa de campo à construção teórica feita nos capítulos anteriores.

Essa adequação já foi iniciada no subitem 4.2 acima, que teve por base as pesquisas feitas nos espaços virtuais de cada empreendimento e nas entrevistas com seus representantes, uma vez que apresentou as principais características e atividades das iniciativas, que apresentaram não só a configuração relativa à economia criativa, mas, também, forte conteúdo cultural.

Agora a análise terá continuidade com base não só nas informações acima, mas também nos questionários aplicados, respondidos por 8 participantes ao total (1 do Da Cor ao Caso Instituto, 3 da Demodê Ateliê e 4 do SobreOTatame).

Ao todo foram 4 questionários. Os dois primeiros foram feitos previamente ao primeiro contato direto com os grupos. Os dois últimos foram elaborados durante a pesquisa, a partir de percepções de lacunas ou ausências em perguntas anteriores e de novas necessidades para os fins da pesquisa. Ao final do texto os questionários com todas as perguntas serão colocados como apêndice (Apêndice A, B, C e D).

Não serão colocadas aqui todas as perguntas com a integralidade das respostas pelos mesmos motivos suscitados no subitem anterior. Serão sistematizadas as informações mais relevantes aos fins pretendidos.

Para tanto, foram divididas duas categorias de análise:

- a) **compatibilidade aos conceitos de EC abordados no estudo;**
- b) **presença expressiva de elementos e/ou processos que caracterizem o exercício de direitos culturais.**

As duas categorias correspondem aos objetivos específicos de cada capítulo teórico anterior ao capítulo da pesquisa de campo.

Nesta análise, começaremos pelos dados que revelam a natureza de caráter criativo dos empreendimentos estudados. Para isso, serão utilizadas as principais classificações trabalhadas (UNCTAD e Plano da SEC, respectivamente Figuras 1 e 2), por concatenarem a maioria dos entendimentos sobre setores criativos na literatura que aborda o tema.

Pelas informações já expostas de cada empreendimento participante e pelas classificações retomadas acima:

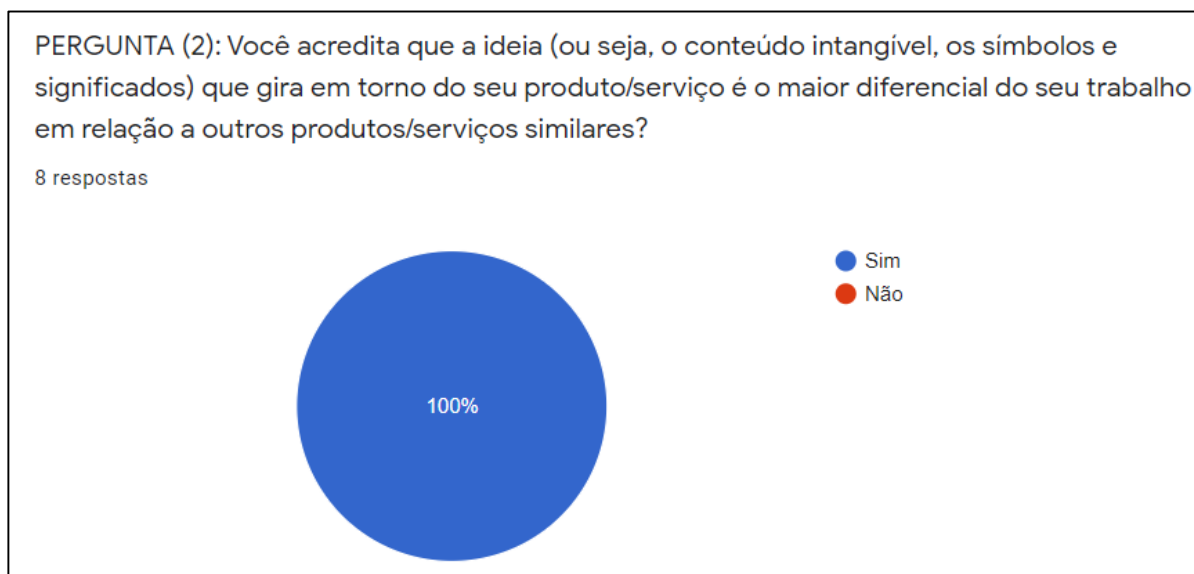
O Da Cor ao Caso Instituto compatibiliza-se no Plano da SEC com o campo das expressões culturais, na subcategoria **culturas afro-brasileiras**, pela natureza do conteúdo de seus serviços prestados. Compatibiliza-se, também, pelo entendimento da UNCTAD, no campo dos serviços criativos, na categoria **pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo e cultural** e também no campo de novas mídias, na categoria de **conteúdo digital criativo**;

A Demodê Ateliê, pelo plano da SEC, no campo das criações funcionais, pela categoria **moda**, mas também no campo das expressões culturais, categoria **artesanato**, por exercer atividade artesanal. Pela classificação da UNCTAD, em um primeiro momento, encontra esteio no campo das expressões culturais tradicionais, através do **artesanato**, e no campo design, na categoria **moda**. Contudo acrescenta-se aqui o fato de que o site da Demodê contém um blog informativo sobre diversas pautas relacionadas aos seus princípios e objetivos enquanto iniciativa criativa, motivo que torna legítima sua classificação, também, como **conteúdo digital criativo**;

O SobreOTatame, através do plano da SEC, enquadra-se, em uma primeira percepção, apenas no campo **audiovisual**. Porém, aqui também será acrescentada mais uma categoria a partir de uma percepção mais aprofundada da pesquisa, que considera o SOT como componente do campo do patrimônio, na categoria **arquivos**. Isso porque, conforme explicitado na apresentação do empreendimento, a plataforma do SOT funciona, desde o seu surgimento, como uma espécie de catálogo de atividades, iniciativas e personalidades da cultura ludovicense, formando um arquivo com informações relevantes sobre a cultura de São Luís e do Maranhão. Pela classificação da UNCTAD, coloca-se, num primeiro momento, no campo do **audiovisual** e das novas mídias, esta pela categoria de **conteúdo digital criativo**.

No Gráfico 1 (retirado do questionário 2), buscando eliminar lacunas na percepção de que as três iniciativas pesquisadas encaixam-se enquanto empreendimentos criativos, percebemos a totalidade dos participantes concordando que o conteúdo intangível que faz parte da geração de valor no seu negócio é o maior diferencial do seu empreendimento.

Gráfico 1 – Conteúdo intangível como diferencial nos empreendimentos pesquisados

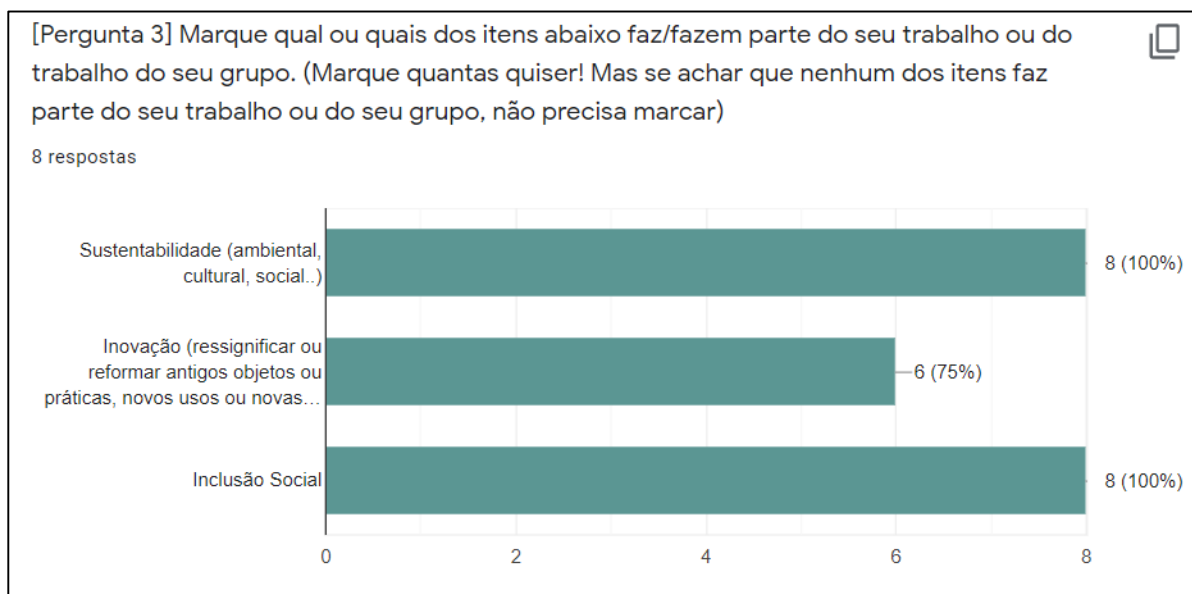


Fonte: Elaborado pela autora

Além disso, pelas considerações teóricas de estudiosos da economia criativa abordados na pesquisa e considerações de instituições internacionais e nacionais que tratam do tema, houve o protagonismo dos seguintes aspectos caracterizadores da EC: inovação, sustentabilidade, conteúdo intangível preponderante, inclusão social e diversidade cultural. Inovação, sustentabilidade, utilização de meios tecnológicos de comunicação e informação e diversidade cultural foram temas tratados na entrevista, sendo geral o entendimento dos representantes de que seus negócios possuíam os três aspectos.

No Gráfico 2, extraído dos resultados do questionário 3, percebemos que a sustentabilidade e a inclusão social são unânimes no entendimento de todos os trabalhadores criativos quanto às propostas de seus respectivos empreendimentos. Contudo, dois participantes, um da Demodê e outro do SOT não marcaram a inovação enquanto um item componente principal. Apesar disso, houve, ainda, em ambas a manifestação da maioria dos participantes a favor da inovação como aspecto que envolve o trabalho dos grupos, bem como nas entrevistas, como dito, todos os representantes concordaram que a inovação era um aspecto do empreendimento.

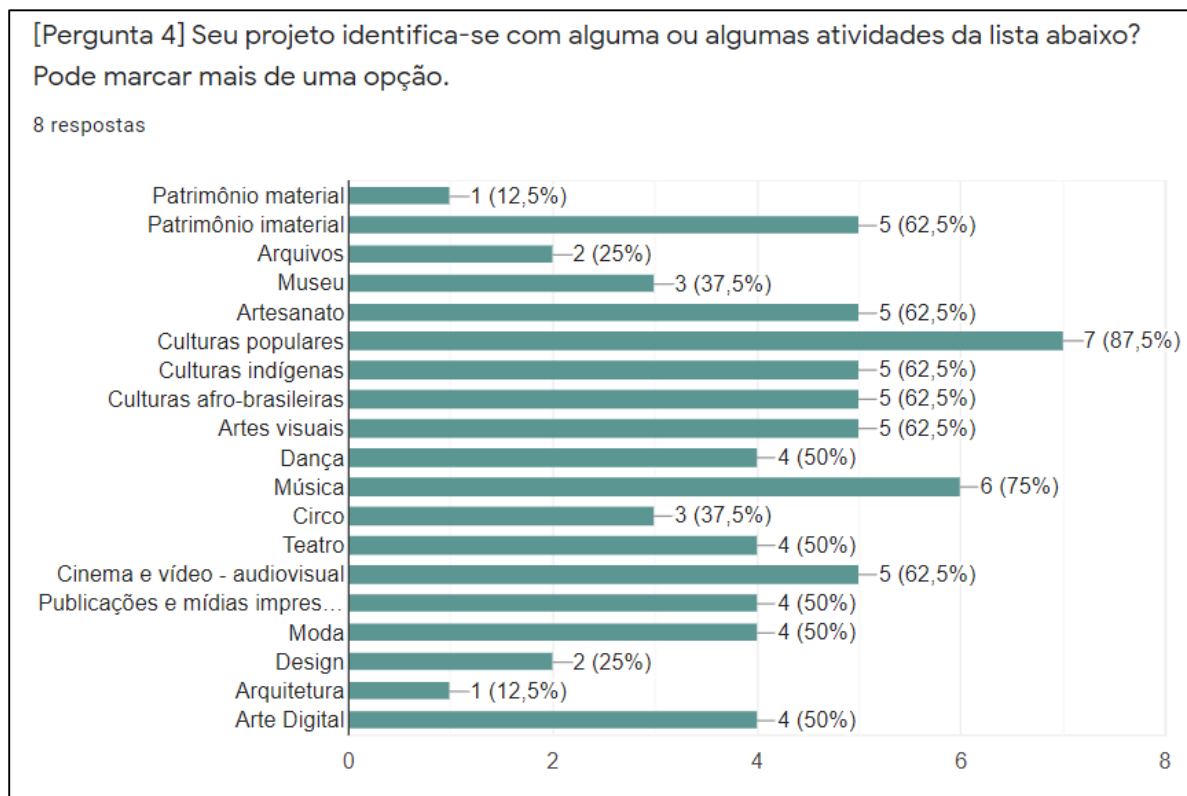
Gráfico 2 – Sustentabilidade, inovação e inclusão social nos empreendimentos pesquisados



Fonte: Elaborado pela autora

Ainda no questionário 3, quando indagados sobre a identificação dos seus trabalhos com as categorias elencadas pelo Plano da SEC, base da classificação dos setores criativos brasileiros, houve, surpreendentemente, o seguinte resultado (Gráfico 3):

Gráfico 3 – Identificação dos pesquisados com os setores criativos elencados no Plano da SEC

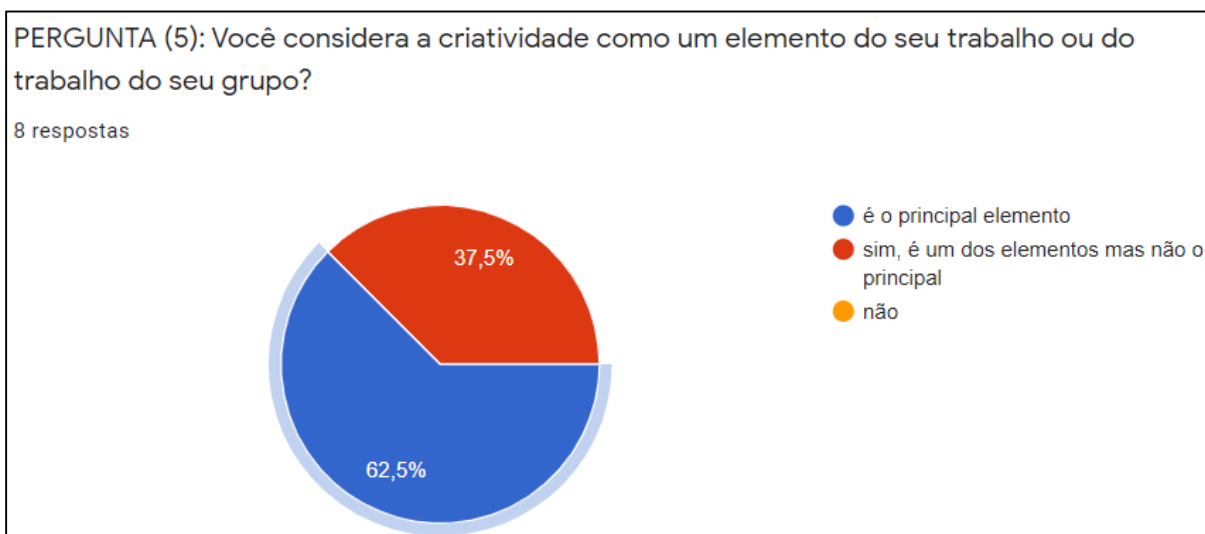


Fonte: Elaborado pela autora

As respostas surpreenderam porque, indo além da compreensão da pesquisadora sobre os terrenos de cada categoria que as iniciativas pesquisadas ocupavam, as mesmas iniciativas mostravam seu sentimento de pertencimento a outros campos. Isso porque além do produto ou serviço final oferecido pelos grupos pesquisados, há em suas plataformas notícias e informações que concernem a outros setores das atividades artísticas, culturais e criativas. Isso mostra a fluidez entre os setores da EC, podendo uma atividade, por vezes, contemplar duas ou mais categorias.

Questionados, no segundo formulário, sobre a participação da criatividade na realização de seus trabalhos, as respostas geraram o Gráfico 4:

Gráfico 4 – Presença da criatividade nas atividades dos empreendimentos pesquisados



Elaborado pela autora

Aqui percebe-se que todos os participantes concordam com a criatividade na composição de suas atividades, apesar de que 3 deles não acreditam que não há a preponderância da criatividade sobre outros fatores.

No segundo questionário houve a pergunta sobre a relevância das tecnologias da informação e da comunicação nos empreendimentos pesquisados. No Quadro 5, anonimamente, estão as respostas de todos os participantes.

Quadro 5 – Pergunta 4 do Questionário 2

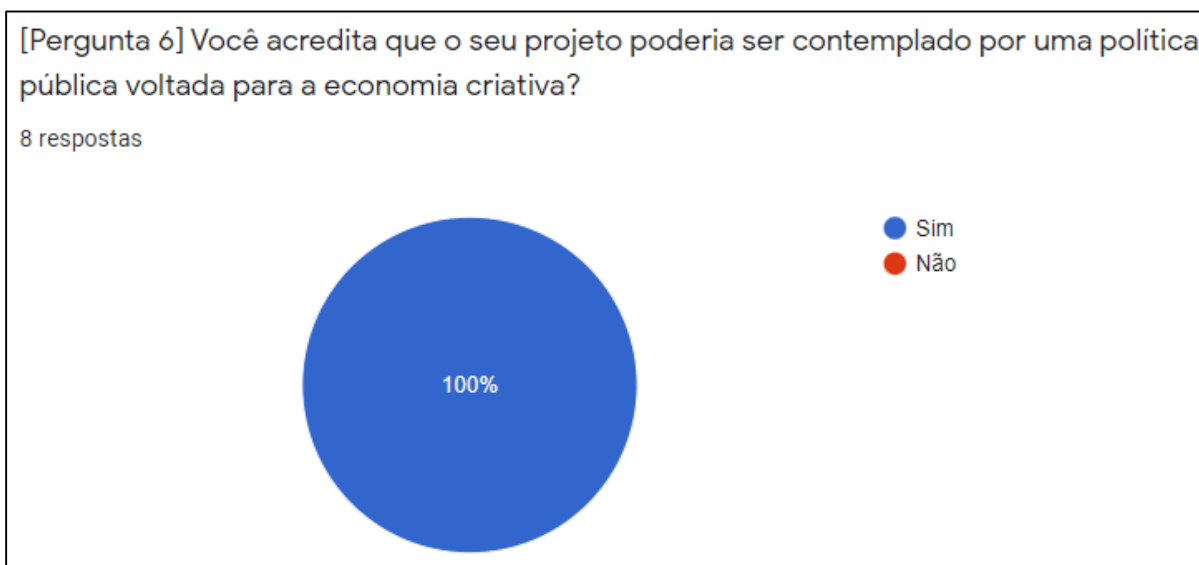
As tecnologias da informação e comunicação (por exemplo - celular, computador, rede de internet, rádio, tv ou outros) e as redes sociais (instagram, whatsapp, twitter, facebook etc) exercem algum papel no seu trabalho ou no trabalho do seu grupo? Diga que SIM ou que NÃO. Se a resposta for sim, descreva o quão importante é a utilização desses recursos para concretizar seu trabalho.
Respostas
Sim. Temos uma pessoa na equipe unicamente responsável pela gestão das nossas mídias sociais e outra que revisa todo o conteúdo escrito, devido a densidade acadêmica dos nossos temas. Estamos em 2021 e, na nossa área de atuação, é impossível pensar em alcance de mercado e de potenciais clientes se a iniciativa não estiver conectada às redes. Isto envolve até mesmo a credibilidade das ações da nossa plataforma e o nosso posicionamento diante das nossas pautas, não é unicamente uma questão de identidade visual e marketing. Vai além disso.

Sim, as redes sociais são nossa ferramenta de divulgação do produto e propagação de nossos valores.
Sim. É a partir das mídias e das redes sociais que o SobreOTatame consegue também alcançar o seu público e trabalhar essa informação de formas diferentes, sempre ampliando o leque de alcance desse público-alvo. Por lá, cada conteúdo específico ganha sua própria linguagem e, também, sua própria forma de identidade com o meio comunicacional, interferindo na forma como o internauta se relaciona com o site.
Sim. Tanto as tecnologias de informação e comunicação como as próprias redes sociais são a base do trabalho do portal, uma vez que são o meio pelos quais o trabalho do site toma corpo, forma e alcance do seu público alvo.
Sim. Por sermos uma plataforma digital, esses canais são os principais veículos onde fazemos tudo acontecer.
Sim. Por se tratar de um portal de conteúdos, as redes sociais desempenham um papel primordial para divulgação e visibilidade dos assuntos que são abordados.
Sim. nosso canal de venda principal é online e nossas plataformas principais é o site e instagram que são nosso principal veículo para comunicar nosso conceito e ações quanto marca.
Sim, é importante ter essas ferramentas para divulgações e comunicações.

Fonte: elaborado pela autora

Restando explanadas as informações que conseguem demonstrar o pertencimento dos grupos pesquisados à economia criativa, serão finalizadas as considerações sobre esta primeira categoria de análise com o Gráfico 5 a seguir, proveniente do terceiro questionário:

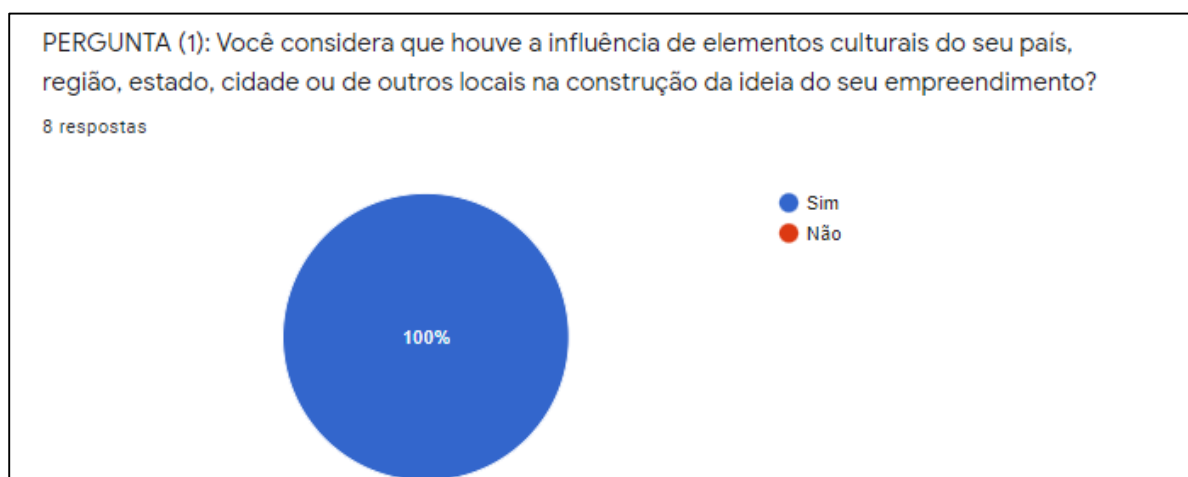
Gráfico 5 – Contemplação por políticas públicas para EC



Fonte: Elaborado pela autora

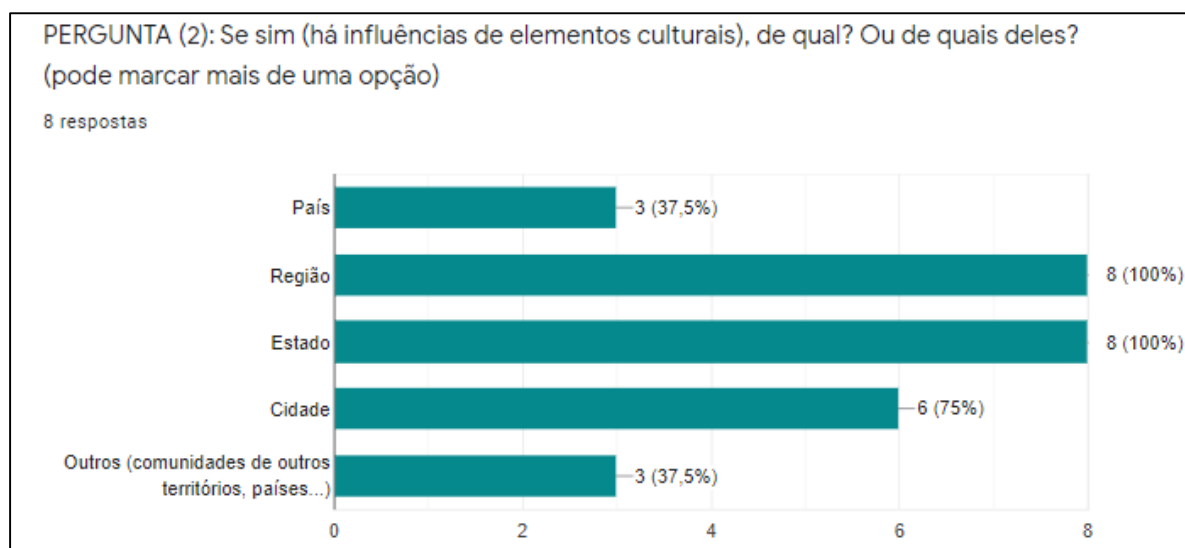
Partindo para a segunda categoria de análise, qual seja a demonstração expressiva de elementos e/ou processos que caracterizem o exercício de direitos culturais, serão colocados a seguir, em sequência, os Gráficos 6 e 7, retirados das respostas 1 e 2 do primeiro questionário aplicado.

Gráfico 6 – Existência de elementos culturais nos empreendimentos pesquisados



Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 7 – Dimensões espaciais dos elementos culturais nos empreendimentos pesquisados



Fonte: Elaborado pela autora

Com a concordância de todos os participantes sobre a presença de elementos culturais em suas iniciativas, foi perguntado a eles, no questionário 4, quais eram os elementos culturais (do país, região, estado, município ou localidade) contemplados por seus empreendimentos. Dentre os que foram listados: cultura dos povos negros, saberes tradicionais, artes visuais, lendas, manifestações folclóricas, o fazer manual, manifestações juninas e outros.

Além disso, houve o questionamento, também no questionário 4, se haveria um fazer cultural propriamente dito pelos trabalhos desempenhados nos empreendimentos participantes, de onde foi retirada a listagem de respostas da Quadro 6.

Quadro 6 – Pergunta 5 do Questionário 4

Você vê no seu trabalho ou no trabalho do seu grupo um fazer cultural? Diga que SIM ou que NÃO e discorra.
Respostas
Sim, podemos citar como exemplo o nosso último evento, o "Toque Ancestral", realizado no Centro Histórico de São Luís, especialmente no mês da Consciência Negra. Conscientes do apagamento histórico e étnico-racial realizado no Brasil - como estratégia do racismo e desarticulação do povo negro, enaltecemos a trajetória de 05 importantes personalidades negras (Ivone Lara, João do Vale, Lélia Gonzalez, Maria Firmina dos Reis e Zumbi) para honrar aqueles que pavimentaram o caminho de liberdade e transformação - as telas cenográficas do ambiente foram assinadas pelo artista visual Gil Leros. O evento,

que aconteceu no dia 19/12/2021, trouxe uma das maiores expressões culturais das raízes da cultura negra: o samba. Por meio de espaços interativos, proporcionando a conexão da nossa geração com a história do nosso povo, extraiu emoções e nos lembrou que somos o retorno dos nossos ancestrais. Mais informações na nossa página do Instagram: @dacoraocaso
Sim, o tecer uma roupa, um figurino vem juntamente com a criação de algo novo, uma ideia, uma incubadora, um produto final.
Sim. O fazer cultural maior que sentimos é o de dar espaço para a cultura e permitir não somente o conhecimento, mas o debate, o interesse e a reprodução.
Sim. Além do trabalho de fomentar e divulgar essas atividades, acabamos servindo como um acervo de fatos e itens históricos.
Sim, não apenas pelos eventos realizados, mas também pelo comprometimento em fortalecer o acesso a informações relacionadas aos diferentes de modos de manifestação cultural na cidade e no estado, democratizando o acesso a cultura.
Sim, sempre pautamos conteúdos da cultura como peças teatrais e musicais, artistas em ascensão, divulgação e reconhecimento através da iniciativa SobreOTatame Sessions, uma iniciativa em que realizamos a gravação de 11 artistas e produção de dois shows.
Sim. A partir do momento em que falamos e criamos um produto com identidade local, estamos contribuindo para um fazer cultural.
Sim.

Fonte: Elaborado pela autora

Assim, uniu-se as três principais conceituações e classificações dos direitos culturais expostos no capítulo que trata sobre o tema, quais sejam:

a) direito de criação cultural, compreendidas as criações científicas, artísticas e tecnológicas; (b) direito de acesso às fontes da cultura nacional; (c) direito de difusão da cultura; (d) liberdade de formas de expressão cultural; (e) liberdade de manifestações culturais; f) direito-dever estatal de formação do patrimônio cultural brasileiro e de proteção dos bens de cultura [...] (SILVA, 2014, p.317-318).

[...] direito à identidade e à diversidade cultural (ou direito à memória ou, ainda, direito à proteção do patrimônio cultural); direito à participação na vida cultural (que inclui os direitos à livre criação, ao livre acesso, à livre difusão e à livre participação nas decisões de política cultural); direito autoral; e direito/dever de cooperação cultural internacional (ou direito ao intercâmbio cultural) (MACHADO, 2011, p.106).

[...] tutelam a criação, transmissão, transformação, preservação e fruição dos valores, crenças, convicções, línguas, conhecimentos, artes, tradições, instituições e modos de vida pelos quais uma pessoa ou um grupo de pessoas expressa sua humanidade e os significados que dá à sua existência e ao seu desenvolvimento (ALEM, 2018, p. 229).

Dos direitos culturais elencados na parte bibliográfica da pesquisa, notou-se a realização de uma série deles nos empreendimentos culturais acompanhados ao longo do estudo. Assim, como fizemos na categoria de análise referente à economia criativa, dividiremos os três grupos elencando quais desses direitos estão presentes, a partir das percepções geradas pela pesquisa, nas atividades de cada um deles.

É necessário atenção ao fato de que essa classificação não é exaustiva, uma vez que os direitos culturais, por sua abstração e amplitude, podem contemplar vários modos de ser, fazer e se expressar que talvez não tenham sido captados integralmente pelo estudo realizado.

- O Da Cor ao Caso Instituto apresentou caracteres culturais que levaram à percepção de direitos culturais como: criações tecnológicas de conteúdo cultural, difusão da cultura, liberdade das formas de expressão, direito à participação na vida cultural, liberdade de manifestações culturais, direito à diversidade cultural e à identidade, transmissão de conhecimentos, tradições, valores, e modos de vida;

- A Demodê Ateliê expressou a realização de direitos no campo do direito de criação cultural, difusão da cultura, liberdade das formas de expressão, direito à participação na vida cultural, difusão da cultura, direito à diversidade cultural e à identidade, transmissão de conhecimentos, tradições, valores, e modos de vida;

- O SobreOTatame apresentou a concretização de direitos relativos a criações tecnológicas de conteúdo cultural, direito de acesso às fontes da cultura nacional, difusão da cultura, liberdade das formas de expressão, direito à participação na vida cultural, liberdade de manifestações culturais, direito à diversidade cultural e à identidade, transmissão, preservação e fruição dos valores, crenças, convicções, línguas, conhecimentos, artes, tradições, instituições e modos de vida.

Por fim, questionados sobre acreditarem ou não que seus empreendimentos criativos poderiam ser contemplados por uma política pública de cultura, todos os oito participantes responderam que sim.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia criativa surgiu em razão de um momento de transição muito forte no mundo, gerado pela forte influência das tecnologias nas atividades humanas, dentre elas as tecnologias da informação e da comunicação. Essas transformações foram fortes facilitadoras para a rapidez e a facilidade com que as informações passaram a ser acessadas, se comparado a momentos históricos anteriores ao período que tem sido chamado de pós-modernidade (por estar dotado de características que já não se enquadram mais no conceito de modernidade pensado teoricamente).

O acesso à informação levou à reflexão de questões sociais como a sustentabilidade ambiental, cultural, social, a diversidade cultural, os processos da globalização, o conhecimento de outras realidades e uma série de outras coisas que geraram impactos, também, econômicos. É nesse contexto que se passa a perceber a necessidade da valorização de dinâmicas econômicas que atendam às demandas dessas pautas, como, por exemplo, a sustentabilidade ambiental, que levou à formação de modelos econômicos como a chamada economia da confiança (COSTA, 2018), ou as desigualdades sociais, gerando dinâmicas econômicas como a economia solidária, que tem foco na valorização do ser humano e na inclusão social.

Dentre essas perspectivas de uma nova economia do conhecimento, fruto da chamada sociedade informacional segundo denominação proposta por Castells (2011), emerge a economia criativa, com uma visão econômica que vê a criatividade humana como um fator forte de geração de valor não só material, mas de valor intangível, simbólico. Essa criatividade, atenta aos saberes culturais e empíricos, aliada a vetores como a inovação, a diversidade cultural, a sustentabilidade e a inclusão social, forma o núcleo essencial do que se entende por economia criativa.

O assunto ganhou seriedade de tal forma, que passou a ser prestigiado e tutelado por organismos internacionais, como alguns participantes do sistema ONU (UNCTAD, UNESCO, PNUD), e também por governos de países que também viram na EC uma forte possibilidade de desenvolvimento socioeconômico e cultural, sendo, portanto, motor para um desenvolvimento multidimensional.

A mobilização social que passou a ocorrer em relação à EC gerou a necessidade da ampliação de estudos sobre o tema, incluindo o universo acadêmico como fonte de pesquisa legítima para a compreensão desses novos processos econômicos que acompanham as particularidades da sociedade do conhecimento. Assim, surge a relevância do debate teórico sobre o assunto, que elevou o interesse e o número de pesquisas acerca da matéria.

O presente estudo levou em consideração, *a priori*, os debates teóricos mais recentes sobre a formação da economia criativa e suas implicações sociais, analisando isso sob as perspectivas internacionais e nacionais. Após esta primeira seção de pesquisa, surgiu a etapa de verificação, primeiramente teórica e depois prática, de como a configuração da economia criativa mostrou-se, pelo estudo, potente para o exercício de direitos fundamentais, notadamente os direitos relativos à cultura.

Demonstrou-se que os direitos culturais são a razão de ser da formação do cidadão cultural, ou seja, aquele que usufrui de sua cidadania no âmbito da cultura, conhecendo, acessando e participando da vida cultural. A sua relevância levou a criação de tratados e documentos internacionais de reconhecimento e tutela desses direitos, que tiveram também na Constituição Federal da República do Brasil de 1988 um passo fundamental rumo à sua concretização efetiva, sendo a primeira a tratar expressamente sobre os direitos da vida cultural e o dever do Estado em preservar isso.

Os resultados obtidos mostraram o alto nível de conteúdo cultural que pode envolver a economia criativa, que, por seu formato de organização e valorização das ideias e do simbólico, explica a necessidade de tutela dessa alternativa econômica como tutela que pode ser direcionada, também, aos direitos culturais. Principalmente no contexto brasileiro, no qual houve, como visto, um direcionamento estreito da EC como instrumento de desenvolvimento econômico através de produções de conteúdo eminentemente cultural.

Para responder ao problema inicial, que questionava sobre a economia criativa ser uma alternativa econômica desenvolvida ao exercício dos direitos concernentes à cultura, a pesquisa dedicou-se ao estudo bibliográfico e ao acompanhamento de três empreendimentos criativos da cidade de São Luís, no estado do Maranhão: Da Cor ao Caso Instituto, Demodê Ateliê e SobreOTatame. A pesquisa, que respondeu positivamente ao problema inicial, conseguiu constatar sua hipótese pela verificação dos discursos e objetos dos documentos internacionais relativos à matéria, bem como dos materiais oficiais nacionais e das produções de escritores e pesquisadores da EC.

Conhecer o histórico dos empreendimentos pesquisados, seus valores, seus principais objetivos, suas dinâmicas de funcionamento, os conteúdos valorizados na produção de seus bens e serviços e suas cadeias produtivas tiveram papel fundamental nesse processo. Um dos principais aspectos percebidos foi a ligação do histórico sociocultural pessoal dos participantes com suas respectivas iniciativas, que refletiram incômodos ou desejos no formato de produção criativa.

A primeira parte da pesquisa explanou os entendimentos sobre cidadania, cidadania cultural, direitos e direitos culturais, levando à compreensão básica para que o restante do estudo pudesse se desenvolver e demonstrar os resultados obtidos. Além disso, apresentou o contexto vivenciado pelo mundo nas últimas décadas com o aumento das influências tecnológicas sobre as atividades humanas, principalmente as tecnologias da informação e da comunicação, que formaram forte aporte para o desenvolvimento da sociedade do conhecimento. Esse itinerário conceitual e contextual levou à conclusão do primeiro objetivo específico.

Posteriormente, houve dedicação ao referencial teórico já desenvolvido sobre a economia criativa, bem como dedicação à análise dos discursos emanados por órgãos internacionais e nacionais voltados para a EC. Esta parte do trabalho relaciona-se ao segundo objetivo específico elencado.

Por fim, houve a pesquisa de campo, que trouxe a prática de iniciativas criativas que puderam demonstrar em concreto o exercício de direitos culturais em seus trabalhos e processos. Aqui houve a realização do terceiro objetivo específico.

Assim, este estudo dedicou-se a demonstrar a potência da economia criativa como opção de desenvolvimento sustentável, inclusivo, atento social e culturalmente e inovador, com ideias que levam em consideração as problemáticas mundiais, nacionais, regionais e/ou locais. Nesse esteio, os direitos culturais que se apresentam na EC através dos estudos realizados perpassaram pelo direito à diversidade cultural, liberdade das formas de expressão cultural, liberdade de manifestações culturais, direito de acesso à cultura, direito de difusão da cultura e direito à participação na vida cultural (que inclui os direitos à livre criação de produtos culturais, tangíveis ou intangíveis).

Isso porque as criações realizadas pelas iniciativas criativas envolve a difusão de conteúdos culturais, envolve expressões e manifestações culturais de quem cria e de quem usufrui das produções, envolve o acesso à cultura por aqueles que vão recepcionar esses bens e serviços e uma diversidade de possibilidades que podem ser geradas a partir dos processos de comunicação, produção e difusão de bens e serviços na EC.

A relevância dessas constatações chama a atenção para a importância de investimento a nível nacional ou local para empreendimentos que levem adiante serviços que são, além de comerciais, atentos ao desenvolvimento sociocultural. A importância de mostrar resultados acadêmicos sobre o tema consiste em alarmar para a indispensabilidade de proteção pública para a economia criativa, que tem alto potencial para um desenvolvimento

econômico cidadão que também carrega consigo possibilidades para o desenvolvimento cultural.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ALEM, Nichollas de Miranda. O direito econômico como instrumento de efetivação dos direitos culturais. *In*: CUNHA FILHO, Francisco Humberto; BOTELHO, Isaura; SEVERINO, José Roberto. **Direitos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2018. p. 227-239.
- ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- BANET-WEISER, Sarah; CASTELLS, Manuel. Economia é cultura. *In*: CASTELLS, Manuel. **Outra economia é possível: cultura e economia em tempos de crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 2019. p. 13-46.
- BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.
- BENDASOLLI, P. F. et al. Compreendendo as indústrias criativas. *In*: KIRSCHBAUM, C. et al. (coord.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 24-25.
- BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 3. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- BIER, Clerilei Aparecida; ALVES CAVALHEIRO, Ricardo. Lei Rouanet X Crowdfunding: fomentando os Empreendimentos Culturais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 30-47, abr./jun. 2015. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11212>. Acesso em: 29 jun. 2021.
- BOTELHO, Isaura. Democracia Cultural: abalos pandêmicos. *In*: **Direitos Culturais: múltiplas perspectivas. Impactos da Pandemia**. Fortaleza: Editora da UECE, 2021. v. 5. p. 56-64.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2017]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 12 fev. 2021.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **A Secretaria**. [S.l.], 26 abr. 2021a. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/secretaria-especial-da-cultura/acesso-a-informacao/institucional/a_secretaria. Acesso em: 29 jun. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural-SECDEC**. [S.l.: s.n.], 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/transparencia-e-prestacao-de-contas/valor-publico-gerado-1/2021/secdec.pdf#:~:text=A%20Secretaria%20Nacional%20da%20Economia,os%20segmentos%20da%20cadeia%20produtiva>. Acesso em: 30 jun. 2021.

BURCH, Sally. Sociedade da informação/ Sociedade do conhecimento. In: AMBROSI, Alain; PEUGEOT, Valérie; PIMIENTA, Daniel. (coord.). **Desafios de palavras: enfoques multiculturais sobre as Sociedades da Informação**. [Paris]: C & F Éditions, 2005. Disponível em: <https://dcc.ufrj.br/~jonathan/compsoc/Sally%20Burch.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2022

CARVALHO, Marcella Souza. Cultura, Constituição e Direitos Culturais. In: CUNHA FILHO, Francisco Humberto; BOTELHO, Isaura; SEVERINO, José Roberto.(org.). **Direitos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2018. p. 27-34. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/26054/1/DireitosCulturais_CulturaPensamento-EDUFBA-2018.pdf. Acesso em: 20 nov. 2021

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013a.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2013b.

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania cultural: o direito à cultura**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e Democracia**. 2. ed. Salvador: Secretaria de Cultura e Fundação Pedro Calmon, 2009.

CHAUÍ, Marilena. Democracia: criação de direitos. **Revista Síntese**, [S.l.], v. 45, n. 143, p. 409-422, set./dez., 2018. Disponível em: <https://faje.edu.br/periodicos/index.php/Sintese/article/view/4094/4080>. Acesso em: 2 fev. 2021.

CHAUÍ, Marilena. Uma opção radical e moderna: Democracia Cultural. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.). **Política cultural e gestão democrática no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016. p. 55-80. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/estante/politica-cultural-e-gestao-democratica-no-brasil/>. Acesso em: 11 fev. 2021.

COELHO, Teixeira. Direito Cultural no século XXI: expectativa e complexidade. In: **Revista Observatório Itaú Cultural**. São Paulo, n. 11. p. 6-14, jan./abr. 2011.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Documentos da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação**. Tradução de Marcelo Amorim Guimarães. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014. Disponível em:

https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/1/CadernosCGIbr_DocumentosCMSI.pdf. Acesso em: 2.fev.2021.

COSTA, Ramon Bezerra. **Economia da Confiança**: comunicação, tecnologia e vinculação social. Curitiba: Appris, 2018

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. Cidadania cultural: um conceito em construção. *In*: CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais**: diálogos e tendências. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2010. p. 177-201.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Cultura e democracia na Constituição Federal de 1988**: representação de interesses e sua aplicação ao Programa Nacional de Apoio à Cultura. 2004. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2004. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/3853/1/arquivo5010_1.pdf. Acesso em: 3 fev. 2021

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Teoria dos Direitos Culturais**: fundamentos e finalidades. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto; BOTELHO, Isaura; SEVERINO, José Roberto. Direitos Culturais: centenários mas ainda desconhecidos. *In*: CUNHA FILHO, Francisco Humberto; BOTELHO, Isaura; SEVERINO, José Roberto. **Direitos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2018. p. 27-34. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/26054/1/DireitosCulturais_CulturaPensamento-EDUFBA-2018.pdf. Acesso em: 20 jan. 2021.

DA COR AO ACASO INSTITUTO. **Quem somos**. [São Luís], c2021. Disponível em: <https://dacoraocaso.com.br/>. Acesso em: 2 fev. 2021.

DEMÔDÊ ATELIÊ. **Sobre**. [São Luís], c2021. Disponível em: <https://demodeatelie.com/institucional/sobre-a-demode>. Acesso em: 2 fev. 2021.

FRANÇA, Adelina. **Democracia Cultural**: as políticas culturais no estado brasileiro contemporâneo. São Paulo: Simplíssimo, 2018. *E-book*.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOWKINS, John. **Economia Criativa**: como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2013.

IPHAN (Brasil). **São Luís (MA)**. [S.l.], c2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/346/>. Acesso em: 14 nov. 2021

LOPES, Aline Caldeira. Reflexões sobre o processo de efetivação e retrocesso no campo dos direitos e da cidadania. In: PACHECO, Carlos José; SILVA, Cláudia Maria Gil; AMORIM, Úrsula Adriane Fraga; SERRANO, Pablo Jiménez (org.). **Direito, cidadania e justiça social**. Volta Redonda: FOA, 2016. p. 73-87.

MACHADO, Bernardo Novais da Mata. Os direitos culturais na Constituição Brasileira: uma análise conceitual e política. In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas Culturais: teoria e práxis**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011. p. 104-117.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia Criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014.

MARINHO, Heliana. Economia criativa: abordagem conceitual e dinâmica da MPE. In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa**. São Paulo: Itaú Cultural, 2013. cap. 5, p. 43-51.

MEYER-BISCH, Patrice. A centralidade dos direitos culturais, pontos de contato entre diversidade e direitos humanos. In: **Revista Observatório Itaú Cultural**. São Paulo, n. 11. jan./abr. 2011. p. 27-42.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MUSACCHIO, Cláudio de. Sociedade da Informação x Sociedade do Conhecimento. In: BAGUETE: tecnologia e informação. Porto Alegre, 26 de jul. 2014. Disponível em: <https://www.baguete.com.br/colunas/claudio-de-musacchio/26/07/2014/sociedade-da-informacao-x-sociedade-do-conhecimento>. Acesso em: 26 jun. 2022

OBSERVATÓRIO DA ECONOMIA CRIATIVA DA BAHIA. **Impactos da Covid-19 na Economia Criativa**. Bahia: UFRB, 2019. Disponível em: https://ufrb.edu.br/proext/images/covid19/boletim/BOLETIM1_RESULTADOS_PRELIMINARES_Impactos_da_Covid-19_na_Economia_Criativa.pdf. Acesso em: 10 jun. 2021.

ORTIZ, Renato. Globalização: notas sobre um debate. In: **Sociedade e Estado**. [S.l.], v. 24, n. 1, p. 231-254, jan./abr. Brasília, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/V5xfHNBwP3VnWCjX5cWSKRz/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 4 out. 2021.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro. **A Economia Criativa no Brasil: conceitos, políticas públicas e desenvolvimento**. Campo Grande: independente, 2019.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro; BENINI, Elcio Gustavo. A Economia Criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado. In: **Revista de Economia Política**. [S.l.], v. 38, n. 2, p. 324-337, abr./jun. 2018.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro; BENINI, Elcio Gustavo; MARIANI, Milton Augusto Pasquotto. O discurso global da economia criativa – frameworks – para o desenvolvimento econômico. In: **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. Taubaté, v. 14, n. 5, set./dez. 2018.

PINHEIRO, Cíntia Raquel Soares; PINHEIRO, Natália Pereira; SOUZA, Luís Eduardo Simões de. A dimensão cultural do desenvolvimento: Uma incursão teórica em Celso Furtado e Amartya Sen. **Revista Idealogando**, [S.l.], v. 1, n. 3, p.5-17, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/idealogando/article/view/22498>. Acesso em: 4 out. 2021.

REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. Itaú Cultural: Garimpo de Soluções. São Paulo, 2008.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas**: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo. 2011a. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-08042013-091615/pt-br.php>. Acesso em: 29 jun. 2021.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia Criativa – um novo olhar sobre o que faz a diferença. In: BRASIL. **Plano da Secretaria Nacional de Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações. Brasília: Ministério da Cultura, 2011b. p. 74-77. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2021.

ROVER, O. J. O método científico em Ciências Sociais: dos documentos, questionários e entrevistas à análise de enunciados. **Revista Grifos**, Chapecó, v. 21, n. 32/33, p.13-28, 2012.
RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Cultura e políticas culturais**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Dilemas da cultura e democracia no Brasil contemporâneo. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**. [S.l.], v. 4, n. 2, p.53-68, 2017. Disponível em: <https://rlec.pt/index.php/rlec/issue/view/98/fullissue4.2>. Acesso em: 4 fev. 2021.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Políticas Culturais e novos desafios. **Revista Matrizes**, [S.l.], ano 2, n. 2, p. 93-115, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/1240>. Acesso em: 9 fev. 2021.

SANGUINET, Eduardo Rodrigues. CALVETE, Cassio da Silva. WAISMANN, Artur Peluso. Economia Da Cultura e Economia Criativa no Brasil: uma análise conjuntural do mercado de trabalho (2014-2016). In: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (org.). **Economia criativa, cultura e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS:CEGOV, 2016. p. 279-304.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade e ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**. [S.l.], v. 11, n. 4, p. 355-372, out./dez. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/110253>. Acesso em: 9 fev. 2021.

SERRA, Paulo; SERRA, Bruno. Democracia e diversidade cultural. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**. [S.l.], v. 4, n. 2, p. 53-68, 2017. Disponível em: <https://rlec.pt/index.php/rlec/issue/view/98/fullissue4.2>. Acesso em: 8 fev. 2021.

SERRANO, Pablo Jiménez. Direitos Fundamentais, Inclusão Jurídica e Cidadania. In: PACHECO, Carlos José; SILVA, Cláudia Maria Gil; AMORIM, Úrsula Adriane Fraga; SERRANO, Pablo Jiménez (org.). **Direito, cidadania e justiça social**. Volta Redonda: FOA, 2016.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 37 ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2014.

SILVA, Sirlene Mota Pinheiro da. Enfoques epistemológicos da pesquisa: algumas considerações sobre o positivismo, dialética, fenomenologia e estruturalismo. Texto construído durante a realização do Mestrado em Educação na UFMA, 2007a.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. BUENO, André Luis Machado. Tecnologias de Informação e Comunicação. In: GERHARDT, Tatiana Angel; SILVEIRA, Denise Tolfo.(org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 91-96. Disponível em: http://memoria.lti.pro.br/userfiles/downloads/13_Livro_Metodos_de_Pesquisa.pdf. Acesso em: 2 dez. 2021.

SOBREOTATAME. **Nosso Trabalho**. [São Luís], c2021. Disponível em: <https://www.sobreotatame.com/conhecanossotrabalho/>. Acesso em: 2 fev. 2021
TAVARES, André Ramos. **Curso de Direito Constitucional**. 10 ed. ver. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.

TEIXEIRA, Enise Barth. A Análise de Dados na Pesquisa Científica: importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**. Ijuí, v. 1, n. 2, p. 177-201, 2003.

TRIVINHO, Eugênio. A civilização glocal: repercussões social-históricas de uma invenção tecnocultural fundamental do capitalismo tardio. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S.l.], v. 10, n. 19, p. 26-41, 2013. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/511>. Acesso em: 10 jul. 2021.

UNCTAD. Relatório de Economia Criativa. **Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável**. UNCTAD. Nações Unidas, 2010. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em: 9 out. 2021.

UNESCO. **Creative Economy Report 2013 Especial Edition**: widening local development pathways. Paris: UNESCO, 2013.

UNESCO. Global Alliance for Cultural Diversity. **Understanding creative industries:** cultural statistics for public policy making. Paris: UNESCO, 2006.

UNESCO. **International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003:** Defining and capturing the flows of global cultural trade. Quebec: UNESCO Institute for Statistics, 2005.

UNESCO/UNDP. **Creative Economy Report:** widening local development pathways. United Nations Development Programme (UNDP) and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Paris: UNESCO, UNDP, 2013.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA CULTURAL

28/12/2021 03:11

QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA CULTURAL

QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA CULTURAL

Neste formulário você deverá responder a perguntas relativas à cidadania cultural e aos direitos culturais. Lembrando que não se trata sobre erros ou acertos! Não há uma resposta certa ou errada. A intenção é somente fazer o levantamento das influências culturais que permeiam sua iniciativa, então basta você falar com base nas experiências e vivências do seu trabalho.

Obrigada a todos pela participação! Suas colaborações serão valiosas para o presente trabalho.

Atenciosamente,
Camilla Garcez Ribeiro
(discente do Mestrado em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão)

***Obrigatório**

1. E-mail *

2. NOME (caso prefira não se identificar, marque a opção. Se você não se incomoda com sua identificação, digite seu nome completo após marcar o campo "outro").

Marcar apenas uma oval.

☐ Prefiro não me identificar

☐ Outro:

3. EMPREENDIMENTO DO QUAL FAÇO PARTE (conte-nos de qual iniciativa pesquisada você participa)

Marcar apenas uma oval.

☐ Demodê

☐ Da Cor ao Caso

☐ Sobre o Tatame

28/12/2021 03:11

QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA CULTURAL

4. PERGUNTA (1): Você considera que houve a influência de elementos culturais do seu país, região, estado, cidade ou de outros locais na construção da ideia do seu empreendimento?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

5. PERGUNTA (2): Se sim (há influências de elementos culturais), de qual? Ou de quais deles? (pode marcar mais de uma opção)

Marque todas que se aplicam.

☐ País

☐ Região

☐ Estado

☐ Cidade

☐ Outros (comunidades de outros territórios, países...)

6. PERGUNTA (3): Você ACREDITA que o trabalho do seu empreendimento pode colaborar para a difusão/propagação de algum tipo de direito ou conhecimento cultural? Por exemplo: elementos culturais (costumes, conhecimentos ancestrais/intergeracionais, comidas, vestimentas, locais patrimoniais, música etc), ou direitos relativos à cultura (aqueles que envolvem a memória coletiva, o fluxo de saberes e/ou as artes). Comece dizendo que SIM ou que NÃO e, por favor, conte-nos um pouco do porquê de sua resposta.

28/12/2021 03:11

QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA CULTURAL

7. PERGUNTA (4): Qual aspecto do serviço/produto oferecido por você ou seu grupo agrega saberes ou características de ordem cultural? (Por exemplo, algum aspecto que envolva a memória, como o repasse de um conhecimento tradicional; aspecto que envolva um sabor de comida típica regional; aspectos patrimoniais materiais ou imateriais da cultura local; aspectos que envolvam as artes; linguagem etc). Se você acha que o seu serviço ou produto não agrega aspectos culturais, apenas diga "não agrega".

8. PERGUNTA (5): Você acredita que o seu trabalho ou o trabalho do seu grupo possui, além do produto/serviço em si, valores, significados, signos, símbolos ou costumes? Diga que NÃO ou que SIM. Após, discorra um pouco sobre o que motivou você a dar essa resposta.

9. PERGUNTA (6): Ao pensar na criação do seu empreendimento, houve a INTENÇÃO de conectar o trabalho realizado com algum costume, elemento cultural, artístico, conhecimento ancestral/intergeracional ou patrimônio cultural? Ou seja, foi intencional criar produtos e/ou serviços que tenham elementos culturais? Diga que NÃO ou que SIM e discorra sobre o porquê de sua resposta.

28/12/2021 03:11

QUESTIONÁRIO 1: DIREITOS CULTURAIS E CIDADANIA CULTURAL

10. PERGUNTA (7): Você acredita que a preferência do seu público-alvo ao seu produto/serviço se dá por um sentimento de IDENTIDADE dos consumidores com a IDEIA/proposta do seu trabalho? Ou seja, para além do desejo de meramente consumir, você acha que seu público escolhe o que você oferece por se identificar com os ideais que você propõe? Nos diga que NÃO ou que SIM e por quê.

11. PERGUNTA (8): os seus consumidores de alguma forma participam ativamente da construção ou execução de suas ideias? Diga que NÃO ou que SIM. Se a resposta for SIM, diga como se dá essa participação na construção das ideias do seu empreendimento ou na execução delas.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA

28/12/2021 03:10

QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA

QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA

Neste formulário você deverá responder a perguntas relativas à economia criativa. Lembrando que não se trata sobre erros ou acertos! Não há uma resposta certa ou errada. A intenção é somente fazer o levantamento de informações sobre sua iniciativa/empreendimento, então basta você falar com base nas experiências e vivências do seu trabalho.

Obrigada a todos pela participação! Suas colaborações serão valiosas para a presente pesquisa.

Atenciosamente,
Camilla Garcêz Ribeiro
(discente do Mestrado em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão)

*Obrigatório

1. E-mail *

2. NOME (caso prefira não se identificar, marque a opção. Se você não se incomoda com sua identificação, digite seu nome completo após marcar o campo "outro").

Marcar apenas uma oval.

☐ Prefiro não me identificar

☐ Outro:

3. EMPREENDIMENTO DO QUAL FAÇO PARTE (conte-nos de qual iniciativa pesquisada você participa)

Marcar apenas uma oval.

☐ Demodê Ateliê

☐ Sobre o Tatame

☐ Da Cor ao Caso

28/12/2021 03:10

QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA

4. PERGUNTA (1): Você considera que a experiência de um consumidor com o seu serviço/produto agrega, além do consumo em si, algum saber/conhecimento?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

5. PERGUNTA (2): Você acredita que a ideia (ou seja, o conteúdo intangível, os símbolos e significados) que gira em torno do seu produto/serviço é o maior diferencial do seu trabalho em relação a outros produtos/serviços similares?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

6. PERGUNTA (3): A sustentabilidade faz parte do trabalho feito por você ou seu grupo? Diga que SIM ou que NÃO e o porquê.

28/12/2021 03:10

QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA

7. PERGUNTA (4): As tecnologias da informação e comunicação (por exemplo - celular, computador, rede de internet, rádio, tv ou outros) e as redes sociais (instagram, whatsapp, twitter, facebook etc) exercem algum papel no seu trabalho ou no trabalho do seu grupo? Diga que SIM ou que NÃO. Se a resposta for sim, descreva o quão importante é a utilização desses recursos para concretizar seu trabalho.

8. PERGUNTA (5): Você considera a criatividade como um elemento do seu trabalho ou do trabalho do seu grupo?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ é o principal elemento
- ☐ sim, é um dos elementos mas não o principal
- ☐ não

9. PERGUNTA (6): O que é criatividade para você?

28/12/2021 03:10

QUESTIONÁRIO 2: ECONOMIA CRIATIVA

10. PERGUNTA (7): Você conhece o que é ou já ouviu falar sobre economia criativa? Diga que SIM ou que NÃO. Se a resposta for SIM, diga o que você entende por economia criativa.

11. PERGUNTA (8): Se a resposta foi SIM na pergunta anterior, você considera o seu empreendimento dentro da proposta da economia criativa?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

12. PERGUNTA (9): Se a resposta foi SIM na pergunta anterior, ou seja, se você considera que seu trabalho está dentro da proposta da economia criativa, isso foi intencional desde o começo?

Marcar apenas uma oval.

☐ Não foi intencional, somente depois que eu percebi que o meu trabalho ou o trabalho do meu grupo se encaixa na economia criativa

☐ Sim, foi intencional. Por conhecer o que é a economia criativa, eu decidi (ou nós decidimos) que meu/nosso trabalho teria essa proposta.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO 3

28/12/2021 03:09

QUESTIONÁRIO 3

QUESTIONÁRIO 3

Neste formulário você deverá responder a perguntas relativas à pesquisa Cidadania e Direitos Culturais na Economia Criativa: um estudo de empreendimentos criativos na cidade de São Luís.

Lembrando que não se trata sobre erros ou acertos!
NÃO HÁ UMA RESPOSTA CERTA OU ERRADA!

A intenção é somente fazer o levantamento das informações necessárias para a pesquisa, então BASTA VOCÊ FALAR COM BASE NAS SUAS EXPERIÊNCIAS.
Se alguma pergunta incomodar você, não precisa respondê-la.

Obrigada a todos pela participação! Suas colaborações serão valiosas para o presente trabalho.

Atenciosamente,
Camilla Garcez Ribeiro
(discente do Mestrado em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão)

***Obrigatório**

1. E-mail *

2. Nome (caso prefira não se identificar, diga: prefiro não me identificar)

3. [Pergunta 1] Você acredita que o seu trabalho ou o trabalho do seu grupo tem um caráter socialmente e economicamente transformador, podendo influenciar positivamente consumidores e outras iniciativas? Diga que SIM ou que NÃO e justifique.

28/12/2021 03:09

QUESTIONÁRIO 3

4. [Pergunta 2] Diversidade cultural é algo que faz parte da sua iniciativa? Diga que SIM ou que NÃO e por quê.

5. [Pergunta 3] Marque qual ou quais dos itens abaixo faz/fazem parte do seu trabalho ou do trabalho do seu grupo. (Marque quantas quiser! Mas se achar que nenhum dos itens faz parte do seu trabalho ou do seu grupo, não precisa marcar)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sustentabilidade (ambiental, cultural, social..)
- ☐ Inovação (ressignificar ou reformar antigos objetos ou práticas, novos usos ou novas práticas, novas ideias...)
- ☐ Inclusão Social

28/12/2021 03:09

QUESTIONÁRIO 3

6. [Pergunta 4] Seu projeto identifica-se com alguma ou algumas atividades da lista abaixo? Pode marcar mais de uma opção.

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Patrimônio material
- ☐ Patrimônio imaterial
- ☐ Arquivos
- ☐ Museu
- ☐ Artesanato
- ☐ Culturas populares
- ☐ Culturas indígenas
- ☐ Culturas afro-brasileiras
- ☐ Artes visuais
- ☐ Dança
- ☐ Música
- ☐ Circo
- ☐ Teatro
- ☐ Cinema e vídeo - audiovisual
- ☐ Publicações e mídias impressas
- ☐ Moda
- ☐ Design
- ☐ Arquitetura
- ☐ Arte Digital

7. [Pergunta 5] Qual o tipo de público que o seu empreendimento alcança ou busca alcançar?

28/12/2021 03:09

QUESTIONÁRIO 3

8. [Pergunta 6] Você acredita que o seu projeto poderia ser contemplado por uma política pública voltada para a economia criativa?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

9. [Pergunta 7] Qual foi ou qual é o maior desafio da implantação do seu negócio?

10. [Pergunta 8] Lucrar é o maior objetivo da sua iniciativa? Ou seja, ganhar retorno monetário é o principal motivo do seu projeto? Ou aliado a isso existem outras questões? Discorra.

11. [Pergunta 9] Faça um pequeno resumo sobre os principais ideais do seu projeto.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

https://docs.google.com/forms/d/11MTBbGR4YerN6urRaSImm2qZ1EmCE_QuPHX9z5Y_Pmg/edit

4/5

28/12/2021 03:09

QUESTIONÁRIO 3

Google Formulários

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO 4

28/12/2021 03:08

Questionário 4

Questionário 4

Neste formulário você deverá responder a perguntas relativas à pesquisa Cidadania e Direitos Culturais na Economia Criativa: um estudo de empreendimentos criativos na cidade de São Luís.

Lembrando que não se trata sobre erros ou acertos!
NÃO HÁ UMA RESPOSTA CERTA OU ERRADA!

A intenção é somente fazer o levantamento das informações necessárias para a pesquisa, então BASTA VOCÊ FALAR COM BASE NAS SUAS EXPERIÊNCIAS.
Se alguma pergunta incomodar você, não precisa respondê-la.

Obrigada a todos pela participação! Suas colaborações serão valiosas para o presente trabalho.

Atenciosamente,
Camilla Garcez Ribeiro
(discente do Mestrado em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão)

*Obrigatório

1. E-mail *

2. Nome (caso prefira não se identificar, diga: prefiro não me identificar)

3. [Pergunta 1] Quais elementos culturais (do seu país, região, estado, cidade ou localidade) você enxerga no seu projeto?

28/12/2021 03:08

Questionário 4

4. [Pergunta 2] Você acredita que seu projeto poderia ser contemplado por uma política pública de cultura?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

5. [Pergunta 3] O seu empreendimento, de alguma forma, dá oportunidade ao público de acessar, participar, construir ou disseminar conteúdos ou produtos que tenham algum valor simbólico, cultural ou identitário? Diga que SIM ou que NÃO e discorra um sobre isso.

6. [Pergunta 4] Marque abaixo a/as opção/opções que indica algo que faça parte do seu trabalho. Se nenhuma das opções abaixo descrever algo que faça parte da sua iniciativa, não marque nenhuma.

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Atenção às transformações sociais
- ☐ Atenção às demandas da consciência coletiva
- ☐ Reconhecimento da exclusão social como um problema
- ☐ Desenvolvimento cidadão ou comunitário

28/12/2021 03:08

Questionário 4

7. [Pergunta 5] Você vê no seu trabalho ou no trabalho do seu grupo um fazer cultural? Diga que SIM ou que NÃO e discorra.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários