



Cultura, Estado e mercado

*uma análise da representação
de economia criativa no Anexo I
do Plano da Secretaria da
Economia Criativa¹*

*Aline Van Neutgem²
Eloise Helena Livramento Dellagnelo³*

-
- 1 Este artigo foi apresentado, em versão preliminar, no III Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais (2015).
 - 2 Graduada em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: alinevaneutgem@hotmail.com.
 - 3 Doutora em Engenharia de Produção, professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e pesquisadora-líder do Grupo de Pesquisa Observatório da Realidade Organizacional de Santa Catarina. E-mail: eloise.livramento@ufsc.br.

RESUMO

Esse trabalho consistiu na análise de 12 artigos presentes no Anexo I do Plano da Secretaria da Economia Criativa, por meio da Análise Crítica do Discurso, de Fairclough (2001, 2003), e dos princípios de organizações isonômicas e fenonômicas, de Ramos (1981), com o objetivo de identificar a representação de economia criativa nesse *corpus*. De modo geral, embora haja ocorrências de uma perspectiva substantiva em relação ao tema, a ideia de organização predominante é a de empresa e há uma valorização das suas práticas e princípios como orientadores da economia criativa.

Palavras-chave: *Cultura. Economia Criativa. Plano da Secretaria da Economia Criativa. Análise Crítica do Discurso.*

ABSTRACT

This paper analysis 12 articles on creative economy in the Anexo I of the Plano da Secretaria da Economia Criativa, through Critical Discourse Analysis, by Fairclough (2001, 2003), and Ramos' (1981) principles of isonomic and fenonomic organizations, in order to identify the representation of creative economy in this corpus. In general lines, although we have found a substantive perspective regarding the subject, the main idea of organization is managerial and its principles and practices are worth as a guide to creative economy.

Keywords: *Culture. Creative Economy. Critical Discourse Analysis. Plano da Secretaria da Economia Criativa.*

INTRODUÇÃO

O tema da economia criativa vem ganhando relevância em diversos espaços, tendo sido apontado como uma importante alternativa para viabilizar o desenvolvimento (CUNNINGHAM, 2002). No Brasil, embora desde 2004 já houvesse discussões sobre as chamadas “indústrias criativas”, foi em 2011, com o lançamento do Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC) pelo Ministério da Cultura (MinC), o qual visava ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável, que o interesse pelo tema se consolidou (BRASIL, 2012).

Neste sentido, o PSEC foi um documento importante para a estruturação da economia criativa no Brasil. Este plano abarca, além de princípios, missão, visão e objetivos, um anexo de 18 artigos com reflexões relevantes sobre a economia criativa na perspectiva de diferentes atores (pesquisadores, membros da ONU, etc.) que foram chamados pelo MinC para participar da construção do PSEC.

Assim, considerando que as reflexões desses atores representam um importante discurso e refletem uma determinada ideologia que é legitimada e autorizada pelo MinC, destacamos a necessidade de refletir sobre a proposta de economia criativa definida para o país por este órgão. Para tanto, desse *corpus* de 18 artigos, 12 foram

selecionados, considerando seus focos de debate (a representação, na visão dos enunciantes, de aspectos “fundamentais” para a implementação da economia criativa no Brasil) para a realização de uma Análise Crítica do Discurso (ACD) de Fairclough (2001, 2003), teoria que procura desvelar questões ideológicas presentes nos discursos, mas não conscientes para as pessoas nas suas práticas sociais.

Considerando que a ideia de economia criativa implica uma aproximação das atividades culturais com a lógica de mercado surge o pressuposto de que a perspectiva de economia criativa adotada no Brasil poderia gerar tensões em organizações isonômicas e fenonômicas, típicas dos espaços culturais e criativos, baseadas em princípios mais substantivos. Portanto, o objetivo do presente trabalho consiste em refletir sobre a proposta do Anexo I do PSEC para esta área no Brasil considerando a ACD e os princípios de organizações isonômicas e fenonômicas conforme proposto por Guerreiro Ramos (1981).

CULTURA, MERCADO E ESTADO

Para poder atender ao objetivo proposto fez-se necessário o levantamento de discussões sobre cultura, economia e economia criativa, organizações isonômicas e fenonômicas e sobre a trajetória do campo da cultura no Brasil. A intenção aqui não é esgotar essas discussões, mas discorrer brevemente sobre tais assuntos, visando ter bases para a realização da análise proposta.

Cultura é um termo polissêmico, mas nesta pesquisa compartilhamos da definição de Ianni (2004), segundo o qual a cultura e os atores relacionados à mesma serão alternados conforme o contexto situacional. Isso implica, segundo Simões e Vieira (2010, p. 31), que “[...] a cultura não poderia ser considerada como algo coeso e homogêneo, e sim como um campo complexo que é capaz de corresponder a diferentes lógicas predominantes [...]” em diferentes momentos históricos.

A aproximação da cultura com a lógica mercadológica é algo que vem sendo discutido há bastante tempo e envolve uma série de controvérsias, uma vez que ocorre um confronto entre lógicas de produção distintas. Para Canclini (2008), observa-se há muito que a tendência de mercantilização da produção cultural por meio da massificação da arte tira a autonomia dos campos culturais. Darbilly, Knopp e Vieira (2010, p. 141-142), com base em Bourdieu, apontam que o campo da produção cultural em grande escala “[...] se caracteriza pela submissão dos produtores culturais a demandas externas, ou seja, os produtores estão subordinados aos grupos que detêm o controle da produção e à mídia”.

Brant (2004, p. 39) corrobora essa ideia ao afirmar que “[...] ponto de vista artístico e individual do artista (e não do mercado), a arte não tem necessariamente de passar por um processo de sustentação sociológica”, isto é, “a arte se encerra em si como função social”. Ademais, conforme o autor, nem toda manifestação cultural pode ou deve ser convertida em negócio, pois é preciso observar seu modo particular de produzir e atuar. Neste sentido, a aproximação entre cultura e mercado promove o desencanto e a falta de autenticidade da produção cultural, em virtude da “padronização e da mercantilização generalizada”, conforme expõem Boltanski e Chiapello (2002, p. 85).

Além das implicações decorrentes da aproximação entre cultura e mercado é importante discutir, também, a relação entre cultura e Estado. De acordo com Simões e Vieira (2010), o Estado é um agente central no campo cultural por influenciar diretamente o modo como os demais atores se organizam a partir das políticas estatais. Conforme Saravia (2007), as decisões políticas são dirigidas pelos valores, ideias e visões daqueles que tomam ou influenciam a decisão. Assim, segundo Oliveira e Silva (2010, p. 69), é relevante “compreender as motivações que estão na base da formulação e implementação das políticas culturais”.

No que diz respeito ao papel do Estado, Oliveira e Silva (2010, p. 71) afirmam que o mesmo pode assumir o papel de produtor, agenciador ou regulador do campo da cultura. O Estado produtor se caracteriza por elaborar diretamente bens e serviços culturais, correndo “[...] o risco de querer transformar a criação em cultura oficial, tirando da sociedade a função de produzi-la”. O Estado agenciador se exime desse processo em prol do mercado, e o Estado regulador atua na formulação e implementação de políticas culturais por meio do planejamento, regulação e financiamento de ações que respondem às influências do mercado.

Conforme Simões e Vieira (2010), é importante ressaltar que as ações do Estado ocorrem em meio a disputas e vinculadas a interesses de diferentes grupos. Assim, o Estado também pode compreender a cultura, de acordo com Chauí (2008, p. 66), como um direito do cidadão, assegurando o acesso a obras culturais, o direito de criar as obras e o direito de participar das decisões que envolvem as políticas culturais. Nesta visão a cultura opõe-se a uma política neoliberal “que abandona a garantia dos direitos, transformando-os em serviços vendidos e comprados pelo mercado”.

Ao longo do tempo, no Brasil, diversas foram as transformações ocorridas neste campo, com períodos de maior e menor participação do Estado nas decisões sobre a cultura. Para Simões e Vieira (2010), podem ser identificadas quatro diferentes configurações organizacionais no campo da cultura no Brasil entre 1920-2002, quais sejam, a cultura como identidade, como ideologia, como estratégia e como mercado. A partir de 2003, segundo os autores, a cultura pode ser entendida como desenvolvimento e nessa fase, em que o papel do Estado é revalorizado, o MinC possui um papel importante na articulação de políticas públicas.

Em 2003, o ministro Gilberto Gil implementou um conjunto de mudanças com o objetivo de pactuar com a sociedade um novo paradigma, que alterasse “a lógica do trato da cultura pelos entes públicos e privados”. (BRANT, 2004, p. 66) Conforme

Rubim (2008, p. 196), a concepção de cultura adotada pelo MinC nessa nova gestão é marcada pela abrangência e orientada por uma perspectiva antropológica, o que permite que o MinC “[...] deixe de estar circunscrito à cultura culta (erudita) e abra suas fronteiras para outras modalidades de culturas: populares; afro-brasileiras; indígenas; de gênero; etc.” São importantes ações desse período o investimento na economia criativa e a preocupação com a produção de informações culturais, bem como o desenvolvimento do Sistema Nacional de Cultura (SNC), elemento central na construção de políticas estatais no campo cultural (RUBIM, 2008).

Diante dessas ações Simões e Vieira (2010) apontam que a cultura passa a ser entendida como elemento central para o desenvolvimento do Brasil. No entanto, existe uma série de concepções acerca do que é desenvolvimento e é importante compreendê-las a fim de problematizar as propostas governamentais. Assim, iremos abordar aspectos da concepção clássica, isto é, desenvolvimento (como crescimento) econômico e também das concepções mais modernas de desenvolvimento social e sustentável.

Segundo Goulart, Vieira e Carvalho (2005), o avanço da racionalização do mundo moderno fez com que a vertente técnica e instrumental do desenvolvimento se tornasse preponderante, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, quando as condições propiciavam essa perspectiva. Essa vertente correspondente ao desenvolvimento econômico, que preconiza o crescimento quantitativo e financeiro; possui um viés economicista, isto é, coloca os objetivos substantivos em segundo plano; tem uma abordagem des-territorializada, pois não se vincula com forças sociais de base local; possui viés serialista e etnocentrista; e possui concepção e implementação *top-down* (DELLAGNELO et al., 2014).

Na década de 1970, a crise mundial e um forte movimento ambientalista pôs em cheque o modelo de desenvolvimento dominante (econômico). Nesse contexto, surge o conceito de desenvolvimento sustentável, que é “aquele que atende as necessidades do presente

sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem suas próprias necessidades” (BRUNDTLAND, 1991, p. 46). Esse conceito enfatiza o não esgotamento dos recursos naturais e, “expandido às esferas social, econômica e cultural remete para mecanismos de inclusão, crescimento sustentável e preservação da identidade” (GOULART; VIEIRA; CARVALHO, 2005, p. 51). Celso Furtado (1984), que complexifica a definição de desenvolvimento argumentando que ele deve possuir um projeto social subjacente, afirma que o mesmo deve ser entendido como processo de transformação da sociedade, em relação aos meios e também aos fins. Ademais, para o autor, é importante ressaltar que o desenvolvimento de uma sociedade deve levar em consideração a sua estrutura social, incluindo, portanto os aspectos culturais.

ORGANIZAÇÕES CULTURAIS E ECONOMIA CRIATIVA

De acordo com Lawrence e Phillips (2002), nas indústrias criativas as escolhas das organizações, inclusive no que diz respeito à alocação de recursos, passam por concepções estéticas e artísticas, ao contrário das indústrias tradicionais, em que a racionalidade, a funcionalidade e a busca por eficácia e eficiência direcionam o emprego dos recursos. Considerando-se as peculiaridades das organizações culturais e criativas é possível perceber que suas atividades fogem à lógica do mercado, tanto pelos conteúdos produzidos quanto pelas características dos seus produtores (GARLAND, 2012). Assim, analisando-se estas organizações é possível fazer uma analogia com os espaços concebidos por Ramos (1981) como isonomias e fenomenias.

No que tange à isonomia, espaço em que todos os membros são iguais, Ramos (1981) define como características determinantes deste enclave: a atualização dos membros ocorrer independentemente de prescrições impostas; ser um espaço amplamente autogrificante; as atividades serem, sobretudo, promovidas como vocações, não como empregos; o sistema de tomada de decisão e

de fixação de diretrizes políticas serem totalmente abrangentes; e prevalência de relações interpessoais primárias.

No que se refere à fenomenologia, Ramos (1981, p. 152) define este espaço como

[...] um sistema social, de caráter esporádico ou mais ou menos estável, iniciado e dirigido por um indivíduo, ou por um pequeno grupo, e que permite a seus membros o máximo de opção pessoal e um mínimo de subordinação a prescrições operacionais formais.

Para o autor, são características deste enclave: ser um ambiente necessário às pessoas para a liberação da sua criatividade, sob formas e segundo maneiras escolhidas com plena autonomia; ter membros que se empenham apenas em obras automotivadas; e os critérios econômicos serem incidentais em relação à motivação dos membros.

Do mesmo modo que existem diferentes configurações de organização, também é possível que existam diferentes arranjos econômicos, dependendo da racionalidade predominante. Conforme Caillé (2003, p. 20 apud FRANÇA FILHO, 2007), quando falamos em economia a ideia que nos vem à cabeça é geralmente a noção de economia como sinônimo de mercado, uma vez que esta definição é bastante usual em diferentes manuais de economia. Uma economia de mercado, segundo França Filho (2007, p. 159), “está fundada no princípio do mercado autorregulado”. As trocas, nessa concepção de economia, são marcadas “pela impessoalidade e pela equivalência monetária, limitando a relação a um registro puramente utilitário”. Nos termos de Polanyi (2000, p. 62), “[...] uma economia de mercado [...] é uma economia dirigida pelos preços do mercado e nada além dos preços do mercado”. Deste modo, essa visão de economia tem caráter reducionista, pois compreende a economia com base na axiomática do interesse, denotando o caráter instrumental desta visão (CAILLÉ, 2002).

Ao contrário da definição instrumental de economia, ou seja, a da economia mercantil, a definição substantiva, em particular no seu sentido polanyiano, concebe a economia como “[...] um processo institucionalizado de interação entre o homem e a natureza que permite um aprovisionamento regular de meios materiais para satisfação de necessidades” (CAILLÉ, 2003, p. 221 apud FRANÇA FILHO, 2007, p. 158). A concepção substantiva de economia pode “[...] associar a ideia de economia a toda forma de produção e de distribuição de riqueza – o que significa assumir o pressuposto básico de uma definição de economia como economia plural” (FRANÇA FILHO, 2007, p. 159).

Na economia substantiva os bens possuem um forte valor simbólico, uma vez que foram produzidos em espaços organizacionais que têm o objetivo de atingir a autorrealização e autoatualização dos produtores. Outra importante singularidade em relação à economia substantiva é a possibilidade de pensá-la como facilitadora de “modos de gestão de diferentes lógicas nas dinâmicas organizativas” (FRANÇA FILHO, 2007, p. 160).

Diferenciadas as duas grandes vertentes econômicas, faz-se necessário versar também sobre a economia criativa. A economia criativa nasce nos anos 1990, na Austrália e no Reino Unido, como uma nova proposta para o desenvolvimento econômico. Os programas de governo, especialmente na Inglaterra, vislumbraram na economia criativa, por meio do incentivo à geração de propriedade intelectual, direitos autorais e marcas registradas, uma possibilidade de desenvolver sua economia que passava por forte desindustrialização, denotando, portanto, um propósito neoliberal (BENDASSOLLI, 2007; GAY; PRYKE, 2002; GARNHAM, 2005).

No Brasil, já em 2004, o então ministro Gilberto Gil participou, em São Paulo, da XI Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), onde se deram discussões sobre as chamadas “indústrias criativas”. Segundo Lopes (2015), a presença do ministro Gilberto Gil nessa conferência e as medidas que se seguiram, na sua gestão e na do seu sucessor Juca Ferreira,

prepararam o terreno para a institucionalização da economia criativa no Brasil.

De acordo com Lopes (2015), ainda que a discussão sobre a economia criativa tenha chegado ao MinC no governo Lula, em especial no seu segundo mandato, foi com a eleição da Presidenta Dilma Rousseff e sua primeira Ministra da Cultura, Ana de Hollanda, que a temática ganhou centralidade na formulação das políticas públicas de cultura. Neste sentido, o interesse pela temática no Brasil ganhou força em 2011, quando do lançamento do Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC), em setembro de 2011, que abrangeu políticas, diretrizes e ações para a economia criativa entre os anos de 2011 a 2014, visando fomentar esse setor (LOPES, 2015). Importa ressaltar que como setores criativos, o PSEC identifica aqueles ligados às atividades culturais, como dança, música, teatro, cinema, etc. e também aqueles relacionados às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao *design*, à arquitetura, dentre outros.

METODOLOGIA

Para realização do objetivo proposto, a ACD de Fairclough (2001, 2003) foi adotada como metodologia para o tratamento do *corpus*. Esta abordagem “[...] concebe a linguagem, ou semiose, como um dos estratos da realidade, que, com seus mecanismos gerativos e poderes causais particulares, internaliza traços de outros estratos, assim como tem efeitos sobre eles” (SALLES, 2014, p. 32).

Para Fairclough (2001, p. 28), por ser um método crítico de pesquisa, a ACD é útil para “mostrar causas e conexões que estão ocultas”. Isto significa que ao se analisar um texto através da ACD é possível revelar questões ideológicas presentes nos discursos, porém não conscientes para as pessoas em suas práticas sociais. Assim, na medida em que as práticas discursivas sejam identificadas como construções sociais elas podem ser desnaturalizadas e perder sua força como sustentáculo de práticas sociais que servem

de base à estruturas de dominação (DELLAGNELO et al., 2014; FAIRCLOUGH, 2001).

A ACD de Fairclough (2001) é textualmente orientada, ou seja, entende que através dos textos, os quais são produtos da linguagem, é possível explorar fenômenos sociais. Conforme o autor, todo texto tem simultaneamente três significados, quais sejam, acional, representacional e identificacional. Conforme Dellagnelo e colaboradores (2014, p. 4), é possível, “para fins de análise, abordar o discurso a partir de uma perspectiva de interesse específica”. Neste trabalho a ACD foi realizada na dimensão representacional, uma vez que o propósito central da pesquisa foi verificar como os atores do campo social governamental representam a ideia de economia criativa, e o significado representacional de textos é relacionado ao conceito de discurso como modo de representação de aspectos do mundo.

Para a análise dos 12 artigos do Anexo I do PSEC – Cultura, Economia, Criatividade e Desenvolvimento: Reflexões –, que constituíram nosso *corpus* de análise, foi adotada como categoria de análise o vocabulário, pois segundo Fairclough (2003), este é o mais evidente traço linguístico de um discurso no que diz respeito às diferentes maneiras de representação de aspectos do mundo. Não atribuímos autoria a cada artigo analisado, mas sim tratamos o *corpus* em sua unidade promovida pelo MinC, que os reuniu sob a forma de anexo, unificando o discurso desses diversos autores como o seu próprio, na medida em que os autoriza e legítima.

O quadro de análise a seguir, que realiza uma aproximação entre as diferentes concepções de economia concebidas por Polanyi com os enclaves propostos por Ramos, subsidiou a ACD do *corpus* selecionado.

Quadro 1 – Quadro de análise

CRITÉRIOS	ENCLAVE ECONÔMICO	ENCLAVE ISONÔMICO OU FENONÔMICO
TIPO DE RACIONALIDADE	Instrumental	Substantiva
TIPO DE ORGANIZAÇÃO	Empresarial	Isonômica/Fenonômica
AUTORIDADE	Centralizada em níveis hierárquicos superiores	Máximo de opção pessoal e mínimo de subordinação; Autoridade atribuída por deliberação de todos
TECNOLOGIA	Baixa flexibilidade	Maior flexibilidade
LÓGICA DE ATUAÇÃO	Competição/Cálculo de consequências	Reciprocidade/Cooperação
MOTIVAÇÃO CENTRAL	Eficiência, lucro, resultados funcionais	Autorealização, autoatualização
ORIENTAÇÃO	Preços do mercado	Lógica não monetária – valor simbólico da produção

Fonte: Elaboração própria com base em Ramos (1981) e Polanyi (2000).

ANÁLISE DO CORPUS

Por meio das categorias de análise será abordada a representação de economia criativa presente no Anexo I do PSEC, procurando-se refletir sobre esta proposta e os princípios de organizações isonômicas e fenonômicas de Ramos (1981).

Relativamente à concepção de cultura presente no *corpus*, foram encontradas duas visões, uma mais substantiva e uma mais funcional, como ilustram os excertos 1 a 3, abaixo.

[1] a ‘*cultura como direito*’ e a defesa da ‘*centralidade da cultura na construção de modelos sustentáveis de desenvolvimento*’.

[2] Entender a cultura [...] como *recursos simbólicos que auxiliam os indivíduos e as comunidades a ultrapassarem dificuldades e inconvenientes de existência*.

[3] [...] a cultura – por sua *contribuição simbólica*, por seu *impacto econômico setorial*, pela *agregação de valor* que oferece a *setores não-culturais* da economia e pela *formação de um ambiente mais aberto à inovação*.

Enquanto na visão substantiva, trechos 1 e 2, a cultura é entendida como direito do cidadão e marcada por seu valor simbólico, na visão funcional, trecho 3, interessam mais os aspectos do impacto econômico, da agregação de valor a outros setores e a inovação (que pressupõe valor econômico), apesar de ser citado um aspecto substantivo (contribuição simbólica). Embora em disputa no documento, a visão que teve maior ocorrência foi a visão filiada a uma perspectiva mais substantiva da cultura.

A relação entre cultura e desenvolvimento é algo bastante enfatizado nas discussões e propostas governamentais desde 2003 e este aspecto também aparece no *corpus*. A visão de desenvolvimento que prevalece é a de desenvolvimento social, sustentável, humano e integrado, inclusive privilegiando as questões culturais, com diversas menções ao pensamento de Celso Furtado e Amartya Sen. No entanto, o viés econômico do desenvolvimento também se faz presente em algumas passagens.

[4] [...] após debate e negociação *a comunidade internacional decidiu introduzir o tema da economia criativa na agenda política internacional de desenvolvimento econômico*. Desde então, a UNCTAD tem desempenhado um papel pioneiro [...] a fim de *sensibilizar os governos, inclusive do Brasil, sobre a importância do setor cultural e criativo* para a redefinição de políticas públicas que

ajudem aos países em desenvolvimento a diversificar suas economias ao mesmo tempo em que promovem criatividade, conhecimento, inclusão social e diversidade cultural.

No trecho 4 é possível verificar que um agente externo – a comunidade internacional – debateu e decidiu que a economia criativa seria um importante vetor para o desenvolvimento econômico, fato que levou este órgão internacional a sensibilizar o governo brasileiro sobre a importância do setor cultural e criativo para a diversificação da economia. Embora deste órgão internacional participem representantes de diferentes países, isso não garante um processo participativo endógeno pela implementação da economia criativa e, especialmente, sob que perspectiva isso se dará. Neste sentido, a promoção da economia criativa é pensada da mesma forma como feito na Inglaterra, ou seja, para diversificar e ter papel de sustentação da economia quando da desaceleração de outros setores tradicionais. O risco de se pensar dessa maneira é reviver o mito de que os “países em desenvolvimento” devem diversificar as suas economias, tal qual já feito pelos “países desenvolvidos”, a exemplo da Inglaterra, para atingir seu desenvolvimento integral (social, ambiental e cultural), conforme afirmam Goulart, Vieira e Carvalho (2005).

Mas, como exposto anteriormente, são mais abundantes as ocorrências da visão de desenvolvimento social e sustentável ancoradas no pensamento de Furtado e Sen. O excerto 5, abaixo, demonstra a rejeição à ideia de desenvolvimento como crescimento econômico e a adoção de uma perspectiva social, cultural e sustentável do mesmo:

[5] a experiência *desconstruiu a tese* da existência de uma *correlação direta e linear entre crescimento econômico e desenvolvimento*, convergindo para ideias como as de Amartya Sen. [...] O conceito de *desenvolvimento sustentável* [...] *se apoia, de forma equilibrada,*

*nos pilares econômico, social – e aí se inclua o cultural
– e ambiental.*

Os trechos 6 e 7, abaixo, corroboram a adoção de uma perspectiva não economicista de desenvolvimento, apontando para que a sua relação com a cultura se dê na condição do exercício da cultura como direito, sinalizando congruência com o pensamento de Chauí (2008):

[6] [...] independente do recorte conceitual ou metodológico que vá definir a opção pela *economia criativa* [...] o seu pano de fundo [...] é o seu *nexo com o desenvolvimento* [...] pela sua contribuição às estratégias de *redução da pobreza*, de favorecimento à *criação endógena e de promoção da diversidade*.

[7] A concepção de desenvolvimento com a qual se deseja trabalhar aqui *não está baseada somente em elementos quantitativos*. Considera *fundamental também as questões qualitativas* [...] e, no caso específico das políticas culturais, que estão relacionadas *ao pleno exercício dos direitos culturais*.

Neste sentido, apesar de o documento apresentar uma disputa entre discursos, ao contemplar um discurso harmônico com o viés economicista do desenvolvimento e também um discurso polêmico a este viés, foi possível perceber que a visão de desenvolvimento que perpassa o *corpus* é de um desenvolvimento integrado apoiado nos pilares social e cultural, econômico e ambiental.

Para a promoção de políticas culturais que favoreçam esta perspectiva de desenvolvimento retratada, encontrou-se a ocorrência da seguinte lógica de atuação:

[8] Portanto, é importante que haja *um processo participativo e esquemas flexíveis com parcerias em todos os níveis* e articulações políticas desde o nível comunitário, municipal, estadual até o âmbito federal.

[9] [...] *presença mais firme das políticas públicas culturais como propulsoras do desenvolvimento do setor. [...] esforço para conceber um marco de planejamento, contando com contribuições as mais diversas.*

A abordagem de uma lógica participativa e de cooperação não somente entre os setores da sociedade em diferentes níveis como também para a criação das políticas públicas para a cultura parece adequada à visão de desenvolvimento que se propõe, pois ampliar a participação dos diversos atores é um pré-requisito para que se tenha um pleno exercício dos direitos culturais.

É importante ressaltar, no entanto, que quando se observa a motivação central para o desenvolvimento da economia criativa encontramos uma disputa entre um discurso que preconiza aspectos como eficiência, lucro e resultados funcionais e outro que prega a autorrealização e a autoatualização dos membros. No material analisado, essas visões aparecem bastante divididas.

Os trechos 10 a 12, apontam o viés econômico na motivação central da proposta:

[10] *crescente relevância da economia criativa para impulsionar empregos, inovação, cultura e comércio. Importante é o processo de transformação de ideias e conhecimento em bens tangíveis ou serviços intangíveis dotados de conteúdo criativo, valor cultural e econômico e objetivos de mercado.*

[11] *encorajamos o governo a instituir o ‘nexus criativo’ a fim de atrair investimentos, tecnologia, empreendedorismo e comércio [...].*

[12] *mais relevante do que medir sua relevância econômica é entender os impactos que traz sobre setores econômicos que a rigor não seriam tidos como criativos – e é essa a riqueza da passagem das indústrias (ou setores) criativas para a economia criativa. Considere-se, por exemplo, a agregação de valor e competitividade da moda (setor criativo) sobre o setor têxtil.*

Como é possível observar, nesta visão, a motivação central reside em utilizar a cultura e a criatividade para gerar impacto econômico. Neste sentido, é dada grande importância ao comércio, à inovação (que pressupõe valor econômico), à competitividade e à agregação de valor. Mesmo que o processo de criação cultural seja reconhecido por lidar com elementos simbólicos e almejar a expressão artística, para esse viés o “importante é o processo de transformação de ideias e conhecimento em bens tangíveis ou serviços intangíveis dotados de conteúdo criativo, valor cultural e econômico e objetivos de mercado”. O governo deve investir em economia criativa “a fim de atrair investimentos, tecnologia, empreendedorismo e comércio”, para reforçar capacidades criativas, mas em um sentido instrumental. A riqueza da economia criativa, aqui, consiste no valor que esse setor pode agregar a outros setores da indústria tradicional.

Já o trecho 13 expõe uma visão mais crítica acerca da motivação central da proposta:

[13] [...] *o fundamental é a ampliação das capacidades humanas, o reforço das identidades e da identidade nacional, dos saberes locais que podem fornecer alternativas concretas para os projetos de desenvolvimento.*

Aqui verificamos que a importância dada à economia criativa contrapõe-se à instrumentalização da criatividade e da cultura. Nessa visão, o “fundamental é a ampliação das capacidades humanas, o reforço das identidades e da identidade nacional”. Apesar da disputa entre essas duas visões, encontramos no documento maior ocorrência de trechos que filiam-se a uma perspectiva funcional, entendendo como motivação central (aquilo que é mais importante) da proposta, o impacto econômico, o comércio, a inovação, a agregação de valor a setores tradicionais, etc.

No que se refere às características atribuídas às organizações culturais e criativas também verificamos que existem duas visões distintas

no documento: uma mais economicista, que aponta características próprias de organizações do modelo empresarial; e uma mais crítica, que aproxima estas organizações das isonomias e fenomenias. Nos excertos 14 a 16, abaixo, ilustra-se o viés economicista:

[14] Se não tivermos uma política [...] muito clara, a economia criativa será um *barquinho à deriva*. A partir do momento em que se estabeleça um norte claro, uma *política clara, com estratégia e objetivos bem definidos*, aí sim a economia criativa poderá oferecer o instrumental para atingi-la.

[15] Economia Criativa é a riqueza obtida como resultado de contribuições que geram *produtos e serviços de valor reconhecido pelo mercado*.

[16] O processo criativo é cíclico, com a *produção se alimentando do consumo*.

Nos excertos apresentados acima pode-se verificar a ocorrência de termos e expressões próprias de espaços empresariais, quando se argumenta, por exemplo que apenas por meio de uma política clara, estratégia e objetivos bem definidos pode-se realizar a economia criativa com sucesso, caso contrário a economia criativa seria um barquinho à deriva. Além disso, o valor reconhecido pelo mercado e a produção que se alimenta do consumo são características marcantes em organizações empresarias.

Nos excertos 17 a 19, abaixo, ilustra-se o viés substantivo:

[17] como suas características são a *flexibilidade, descon-tinuidade, mobilidade*.

[18] [...] *pequenos negócios de produtores autônomos [...], são efêmeras, temporalmente limitadas e articuladas em torno de projetos [...]* se contrapõem à *institucionalidade* das indústrias culturais que se configuravam como grandes empresas estabelecidas no *longo prazo*.

[19] [...] *se basearem na autodeterminação e na recusa dos rígidos ordenamentos do regime fordista.*

Os trechos acima expressam uma outra visão acerca das características das organizações culturais e criativas, que se aproximam mais das isonomias e fenonomias definidas por Ramos (1981). A flexibilidade, a descontinuidade/efemeridade, a mobilidade, o tamanho reduzido, a produção autônoma, a autodeterminação e a recusa às prescrições formais, levando à maior opção pessoal, são características marcantes desses espaços.

REFLEXÕES A DESTACAR

Na análise empreendida observamos que há uma aproximação entre cultura e mercado presente no PSEC, mas ao mesmo tempo há entendimento de cultura e das atividades criativas em uma perspectiva substantiva, não economicista. Neste sentido, pode-se inferir que existe no documento analisado uma disputa entre discursos.

Em relação às categorias “concepção de cultura” e “concepção de desenvolvimento” predomina uma visão substantiva. No entanto, os achados das categorias “motivação central” e “tipo de organização” apontam que a ideia de organização predominante é a de empresa, fazendo contradição à visão de desenvolvimento declarada. Apesar de alguns achados apontarem características de organizações isonômicas e fenonômicas em referência às organizações culturais, é importante ressaltar que essas características apareceram em apenas um dos dezoito artigos presentes no anexo estudado. Nos demais artigos, as características apontadas para as organizações criativas foram aquelas condizentes com espaços empresariais.

Assim, as práticas de organização reforçadas pelos achados são relativas a espaços empresariais e isso confirma a motivação central encontrada. Ora, se o que importa nos espaços empresariais é o lucro, a eficiência e o alcance de resultados funcionais, em que

medida o atingimento de uma visão substantiva de cultura e de desenvolvimento integrado é possível?

Alterações importantes neste campo têm acontecido, a exemplo da extinção da SEC no ano de 2015. Assim, com a provável revisão dos planos neste novo governo somada a outras ações do campo que acontecem por parte de agentes públicos nos níveis estadual e municipal e também privado com ou sem fins lucrativos, as referências para as novas propostas podem ser outras. Neste sentido, seria interessante a apresentação de uma nova proposta que direcione as ações da economia criativa de modo mais compatível com uma visão integrada de desenvolvimento e de organização não necessariamente empresarial. Assim, através de um discurso polêmico à ordem vigente e que viabilize outros possíveis em termos de organização, seria favorecido um processo de mudança social em uma perspectiva substantiva de cultura e desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *RAE: Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 49, p. 10-18, jan./mar. 2007.
- BENHAMOU, Françoise. *A economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal, 2002.
- BRANT, Leonardo. *Mercado cultural: panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos*. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Ed. Escrituras, 2004.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano a Secretaria de Economia Criativa*. Brasília, 2012.
- BRUNDTLAND, Gro Harlem. *Nosso futuro comum: comissão mundial sobre meioambiente e desenvolvimento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CAILLÉ, Alain. *Antropologia do dom*. Petrópolis: Vozes, 2002.

- CANCLINI, Nestor Garcia. *Leitores, espectadores e internautas*. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CHAUÍ, Marilena. Cultura e democracia. *Crítica y emancipación*: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Año 1, n. 1, p. 53–76, jun. 2008.
- CUNNINGHAM, Stuard D. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*: Quarterly Journal of Media Research and Resources, Brisbane, p. 54–65, 2002.
- DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavalier; KNOPP, Glauco da Costa; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão. M. Recursos de poder e estratégias de conversão de capitais: uma análise do campo do mercado fonográfico no Brasil. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; SILVA, Rosimeri Carvalho da; RODRIGUES, Marcio Silva. *Cultura, mercado e desenvolvimento*. Porto Alegre: Dacasa Editora, 2010. p. 157–181.
- DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento et al. A ideia de desenvolvimento nas metas do plano nacional de cultura, uma discussão a partir da análise crítica do discurso. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2014, Uberlândia. *Anais...* Uberlândia: CBEO, 2014. p. 1–8.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança Social*. 2. ed. Tradução de I. Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.
- FRANÇA FILHO, G. C. Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação. *Civitas*, Porto Alegre v. 7, n. 1, p. 155–174, jan./jun. 2007.
- FURTADO, Celso. *O mito do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- GARLAND, Shannon. The Space, the Gear, and Two Big Cans of Beer: Fora do Eixo and the Debate over Circulation, Remuneration, and Aesthetics in the Brazilian Alternative Market. *Journal of Popular Music Studies*, Hoboken, v. 24, n. 4, p. 509–531, Dec. 2012.
- GARNHAM, Nicholas. From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and

- media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, London, v. 11, n. 1, p. 15–29, 2005.
- GAY, Paul Du; PRYKE, Michael. Cultural economy: an introduction. In: GAY, Paul Du; PRYKE, Michael. *Cultural economy: cultural analysis and commercial life*. London: Sage, 2002. p. 1–19.
- GOULART, Sueli; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; CARVALHO, Cristina Amelia Pereira de. *Universidades e desenvolvimento local: uma abordagem institucional*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2005.
- HESMONDHALGH, David. *The cultural industries*. 2. ed. London: Sage, 2008.
- HOWKINS, John. *The creative economy: how people make money from ideas*. New York: Penguin Books, 2007.
- IANNI, Octávio. *A ideia de Brasil moderno*. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- LAWRENCE, Thomas B.; PHILLIPS, Nelson. Understanding Cultural Industries. *Journal of Management Inquiry*, Thousand Oaks, CA, v. 11, n. 4, p. 430–441, Dec. 2002.
- LOPES, R. S. Uma nova agenda para a cultura: o discurso da economia criativa no governo Rouseff. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre; CALABRE, Lia. *Políticas Culturais no governo Dilma*. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 173–199. (Coleção CULT).
- OLIVEIRA, Rafael Pereira; SILVA, Rosimeri Carvalho. Instituições e conflitos no campo dos museus de Santa Catarina. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; SILVA, Rosimeri Carvalho da; RODRIGUES, Marcio Silva. *Cultura, mercado e desenvolvimento*. Porto Alegre: Dacasa Editora, 2010. p. 87–110.
- POLANYI, Karl. *A grande transformação: as origens de nossa época*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2000.
- RAMOS, Alberto Guerreiro. *A nova ciência das organizações: uma reconceitualização da riqueza das nações*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1981.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais do governo Lula / Gil: desafios e enfrentamentos. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v. 31, n. 1, p. 183–203, jan./jun. 2008.

SALLES, Helena Kuerten. *Conhece-te a ti mesmo: o discurso da avaliação em organizações sem fins lucrativos*. 2014. 279 f. Tese (Doutorado em Administração) – Centro Socioeconômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

SARAVIA, Enrique. Introdução à teoria da política pública. In: SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete (Org.). *Políticas públicas: volume 1: introdução à teoria da política pública*. Brasília: ENAP, 2007. p. 21-42.

SIMÕES, Janaína Machado; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão. A atuação do estado e do mercado na trajetória do campo organizacional da cultura no Brasil. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; SILVA, Rimeri Carvalho da; RODRIGUES, Marcio Silva. *Cultura, mercado e desenvolvimento*. Porto Alegre: Dacasa Editora, 2010. p. 15-40.