



1983-3717
ISSN

POLÍTICAS CULTURAIS *em Revista*

#2

v. 9, n. 2, jun./dez. 2016

1983-3717
ISSN



**POLÍTICAS
CULTURAIS**
em Revista

Pol. cult. rev.	Salvador	v. 9	n. 2	p. 405-760	jun./dez.	2016
-----------------	----------	------	------	------------	-----------	------

Sumário

APRESENTAÇÃO:

DOSSIÊ – EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO 411

Elder P. Maia, Miqueli Michetti

1. ECONOMIA CRIATIVA E INOVAÇÃO: PEQUENAS EMPRESAS EM PORTO ALEGRE 416

Sandro Ruduit Garcia

2. ESPAÇO EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORES DA CULTURA: NOTAS SOBRE A TRANSFORMAÇÃO URBANA DA ZONA PORTUÁRIA DO RIO DE JANEIRO 437

João Domingues e Mariana Albinati

3. PROGRAMA DE ECONOMIA DA MÚSICA: HISTÓRICO E PERSPECTIVAS 459

Daniela Ribas Ghezzi e Gustavo Pereira Vidigal

4. O AVESSE DA CIDADE DA CULTURA 486

Eliana Bogéa e Silvio Figueiredo

5. CULTURA, ESTADO E MERCADO: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DE ECONOMIA CRIATIVA NO ANEXO I DO PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA 511

Aline Van Neutgem e Eloise Helena Livramento Dellagnelo

6. DO CONFRATERNAL AO PROFISSIONAL: PERIFERIZAÇÃO URBANA E OS EMPREENDEDORES DE DIVERSÃO NO CIRCUITO DE APARELHAGENS EM BELÉM, PARÁ 535

Fernando de Jesus Rodrigues

7. O PROGRAMA FÁBRICAS DE CULTURA: POLÍTICA PÚBLICA E EMPREENDEDORISMO 560

Danielle Edite Ferreira Maciel

**8. FAZEDORES DE CULTURA OU EMPREENDEDORES CULTURAIS?
PRECARIEDADE E DESIGUALDADE NAS AÇÕES PÚBLICAS
DE ESTÍMULO À CULTURA 582**

Miqueli Michetti e Fernando Burgos

**9. “A MAIORIA DOS BLOCOS LÁ TRABALHAM BLOCO COMO PRODUTO
SIM”: UMA ANÁLISE DO CARNAVAL DE RUA DO RIO DE JANEIRO
ATRAVÉS DAS SUAS PRÁTICAS EMPREENDEDORA E SEUS
MÚLTIPLOS SIGNIFICADOS 605**

Marina Bay Frydberg

**10 AS POLÍTICAS DE ESTÍMULO AO EMPREENDEDORISMO
CULTURAL NO BRASIL: O SEBRAE COMO UM AGENTE
ESTATAL DE MERCADO 626**

Elder Patrick Alves

ARTIGOS 651

**11. CONTROVÉRSIAS ACERCA DA CERTIFICAÇÃO DE INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA DO CAPIM DOURADO DO JALAPÃO: O CASO
DA COMUNIDADE MUMBUCA, MATEIROS (TO) 652**

Alex Pizzio Silva e José Rogério Lopes

**12. POLÍTICAS CULTURAIS NA AMÉRICA LATINA: UMA ABORDAGEM
TEÓRICO-CONCEITUAL 674**

Renata Rocha

**13. A ALTERIDADE APLICADA ÀS POLÍTICAS PÚBLICAS
DE COMUNICAÇÃO PARA A DIVERSIDADE CULTURAL 704**

Vivianne Lindsay Cardoso

14. A EMERGÊNCIA DA MUSEOLOGIA SOCIAL 726

Inês Gouveia e Marcelle Pereira

15. AS POLÍTICAS CULTURAIS DURANTE O PRIMEIRO GOVERNO
DILMA ANALISADAS POR ESPECIALISTAS 747

Samira Chedid

16. PENSAR A POLÍTICA DO LIVRO:
DADOS ESTATÍSTICOS SOBRE O COMPORTAMENTO DO LEITOR
E O MERCADO EDITORIAL E LIVREIRO EM MINAS GERAIS 754

Isa Maria Marques Oliveira



Apresentação

DOSSIÊ: EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Os dez trabalhos reunidos neste dossiê concorrem para desvelar um dos aspectos mais desconhecidos acerca da dinâmica de construção, transformação e expansão dos mercados culturais no Brasil, qual seja: a incorporação das competências empreendedoras e a disseminação de um novo regime de verdade (FOUCAULT, 2011), que justapõe criação, empreendedorismo e políticas culturais. O discurso, a ética e as práticas que servem de lastro para as políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo não constituem propriamente uma novidade, o ineditismo do empreendedorismo cultural no Brasil contemporâneo e as suas relações com as políticas culturais está no fato – como demonstra a grande maioria dos trabalhos aqui urdidos – de que o próprio Estado é um dos artífices centrais desse novo regime de verdade. Nesses termos, é muito pouco fecundo insistir na visada de que o Estado não participa ativamente das dinâmicas financeiras, econômicas, jurídicas e tecnológicas dos mercados, especialmente dos mercados culturais.

Mais do que um bloco monolítico que opera como uma “externalidade” da vida econômica, o Estado coordena

processos, integra redes ramificadas de ações, se estende por circuitos discursivos e impacta diretamente nas ações dos demais agentes de mercado, como as empresas, as famílias, os trabalhadores, os bancos e as demais organizações estatais. Essa não é uma peculiaridade do Estado brasileiro, logo não se trata de uma “jabuticaba”. As pesquisas sobre os mercados culturais e o capitalismo cultural-digital no mundo demonstraram como, pela primeira vez na história do capitalismo, de maneira regular e contínua, os mais poderosos governos nacionais têm destinado recursos para a geração de negócios culturais, para o financiamento de empresas de arte, cultura e entretenimento (notadamente os grandes conglomerados), para a formação de competências criativas e, principalmente, destinam recursos para a proteção dos direitos da propriedade intelectual. Portanto, as instituições estatais e as ações governamentais são parte constitutiva do processo de construção das racionalidades econômicas e empresariais, assim como da consecução de novos modelos de negócios.

Sob o signo teórico e metodológico de diferentes abordagens, os trabalhos condensados nesta edição de *Política Culturais em Revista* oferecem ao seu leitor um panorama bastante elucidativo acerca das relações entre o empreendedorismo cultural e as políticas culturais. Esse panorama ganha ainda mais fecundidade porquanto traz estudos e pesquisas de diferentes regiões e territórios brasileiros.

Embora separado por longas distâncias, diferentes contextos institucionais e esposando visadas analíticas também distintas, salta aos olhos as convergências assumidas entre os trabalhos de João Domingues e Mariana Albinati e Eliana Bogéa, especialmente no que concerne às estratégias de construção de marcas e selos urbanos ancorados na oferta, cada vez maior, dos serviços de arte, cultura, entretenimento e turismo. O cotejamento dos trabalhos desses autores permite descortinar, com bastante clareza, as formas de visibilidade e invisibilidade de construção das cidades como mercadorias estético-culturais, para o qual as instituições públicas locais (órgãos de defesa do patrimônio, de planejamento urbano, cultura e turismo) desempenham um papel decisivo. Não menos convergentes são os trabalhos de Fernando Rodrigues e Marina Frydberg, cujo centro da análise repousa nos dilemas entre os processos de transformação urbana de cidades como Belém e Rio de Janeiro, as pressões envolvendo a profissionalização artístico-musical e os recursos que os criadores envolvidos lançam mão para escavar oportunidades diante dos processos de institucionalização das políticas culturais.

Do mesmo modo, são patentes as interfaces entre os trabalhos de Danielle Maciel, Aline Neutgem e Eloise Dellagnelo e Daniela Ribas e Gustavo Vidigal. Debruçados sobre diferentes casos e políticas culturais, as autoras e autores destacam o modo particular de atuação dos agentes

estatais, que, mediante o imperativo da profissionalização artístico-cultural, do empreendedorismo e do estímulo aos negócios criativos, mobilizam recursos econômicos, simbólicos e administrativos para legitimar e infundir as novas políticas econômico-culturais. Como corolário, os trabalhos de Sandro Rudit, Elder Maia Alves, Miqueli Michetti e Fernando Burgos se complementam e também se conectam aos demais. Nesses, o recurso empírico referente às unidades empresariais e aos empreendimentos é mais constante, seja na criativa tipologia burilada por Michetti e Burgos ou no cuidadoso levantamento realizado por Garcia, o que, em conjunto, fornecem valiosos insumos empíricos para a consecução e uso do conceito de Agentes Estatais de Mercado (AEM), feito por Alves.

Elder P. Maia Alves e Miqueli Michetti.

REFERÊNCIAS

BARBALHO, Alexandre et al. (Org.). *Cultura e desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas*. Salvador: EDUFBA, 2011. (Coleção Cult).

BOURDIEU, Pierre. *Sobre o Estado*. São Paulo: Cia das Letras, 2014.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador, vol I e II*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

FOUCAULT, Michel. *O nascimento da clinica*. São Pulo: Forense, 2011.