



**El recurso de las ferias:**  
Contrapunteo en torno al surgimiento  
y devenir de las ferias culturales en la  
ciudad de Rosario, Argentina pos 2001

*O recurso das feiras:*  
*Contraponto em torno do surgimento e*  
*desenvolvimento das feiras culturais na*  
*cidade de Rosario, Argentina, no pós 2001*

MARÍA VIRGINIA MASSAU

**Economia criativa:**  
Análise setorial

*Economia criativa:*  
*Análisis sectorial*

ALESSANDRA MELEIRO  
FÁBIO FONSECA

**Funk:**  
Experiências de pesquisa em cadeias  
produtivas da cultura

*Funk:*  
*Experiencias de Investigación en*  
*las cadenas de producción de la cultura*

ELIZETE IGNÁCIO DOS SANTOS

**Consolidación de la Institucionalidad  
Cultural en Colombia 1968-2011:**  
Un camino hacia el diálogo y participación  
de la sociedad civil

*Consolidação da Institucionalidade Cultural*  
*na Colômbia 1968-2011:*  
*Um caminho para o diálogo e a participação*  
*da sociedade civil*

MARTA ELENA BRAVO

**¿Cómo hablar de cultura  
en la universidad?**

*La gestión de un campo para  
los Estudios Culturales*

*Como falar de cultura na Universidade?*  
*A gestão de um campo para os*  
*Estudos Culturais*

MÓNICA BERNABÉ

**Formação em organização da cultura:**  
A situação latino-americana

*Formación en la organización de la cultura:*  
*La situación de América Latina*

ANTONIO ALBINO CANELAS RUBIM  
ALEXANDRE BARBALHO  
LEONARDO COSTA

# PragMATIZES

Revista Latino Americana de Estudos em Cultura

---

Ano II nº 2 - março 2012

---

**LABAC-UFF - Laboratório de Ações Culturais / Universidade Federal Fluminense**

Editora:

Flávia Lages

Comitê executivo:

Luiz Augusto F. Rodrigues

João Domingues

Ítalo Bruno Alves

Comissão editorial:

Adair Rocha (UERJ e PUC-Rio/Comunicação Social)

Adriana Facina (UFF/História)

Alexandre Barbalho (UECE/Comunicação)

Ana Enne (UFF/Estudos de Mídia)

Gizlene Neder (UFF/História)

Lia Calabre (Fundação Casa de Rui Barbosa)

Lilian Fessler Vaz (UFRJ/Arquitetura e Urbanismo)

Luiz Guilherme Vergara (UFF/Produção Cultural)

Maria Adelaida Jaramillo Gonzalez (Universidad de Antioquia/Colombia)

Mónica Bernabé (Universidad Nacional de Rosario/Argentina)

Wallace de Deus Barbosa (UFF/Produção Cultural)

Criador da Logomarca:

Laert Andrade

Diagramação:

Ubirajara Leal

**REALIZAÇÃO:**

**LABAC - Uff**  
Laboratório de Ações Culturais

**PARCEIROS:**



**APOIO:**

**uff** Universidade  
Federal  
Fluminense



PragMATIZES – Revista Latino Americana de Estudos em Cultura.  
Ano II nº 2, (MARÇO 2012). – Niterói, RJ: [s. N.], 2012.  
(Universidade Federal Fluminense / Laboratório de Ações Culturais -  
LABAC)

Semestral  
ISSN 2237-1508 (versão *on line*)

1. Estudos culturais. 2. Planejamento e gestão cultural.  
3. Teorias da Arte e da Cultura. 4. Linguagens e expressões  
artísticas. I. Título.

CDD 306

# Sumário

---

<i>EDITORIAL</i> .....	5
<i>DIALOGANDO / TRIANGULANDO A QUESTÃO CULTURAL</i> .....	6
<i>CARTA - Rede ∞ 8 Pontos em Cultura</i> .....	10
 <b>ARTIGOS</b>	
<b>El recurso de las ferias: Contrapunteo en torno al surgimiento y devenir de las ferias culturales en la ciudad de Rosario, Argentina pos 2001</b>	
MARÍA VIRGINIA MASSAU .....	12
 <b>Economia Criativa: Análise setorial</b>	
ALESSANDRA MELEIRO FÁBIO FONSECA .....	37
 <b>Funk: Experiências de pesquisa em cadeias produtivas da cultura</b>	
ELIZETE IGNÁCIO DOS SANTOS .....	74
 <b>Consolidación de la Institucionalidad Cultural en Colombia 1968-2011: Un camino hacia el diálogo y participación de la sociedad civil</b>	
MARTA ELENA BRAVO .....	93
 <b>¿Cómo hablar de cultura en la universidad? La gestión de un campo para los Estudios Culturales</b>	
MÓNICA BERNABÉ .....	111
 <b>Formação em organização da cultura: A situação latino-americana</b>	
ANTONIO ALBINO CANELAS RUBIM ALEXANDRE BARBALHO LEONARDO COSTA .....	125

## Editorial

A construção dos variados fazeres e saberes culturais – que perpassam pela reflexão, sempre primordial, das teorias que engendram as questões de cultura- são objetivos desejados para e pela revista PragMatizes. Neste sentido, a troca de informações, opiniões e experiências, buscadas amiúde, foram coroadas pelo seminário internacional Panorama da Organização da Cultura na América do Sul, realizado entre 16 e 18 de novembro de 2011, em Niterói, RJ.

Os artigos presentes nesta edição demonstram, antes de tudo, um desejo há muito latente de integração dos variados saberes / fazeres do sul do continente americano. Apresentam, outrossim, a força das culturas locais e da cultura regional que nos qualifica e integra.

Desta forma, apresentamos esta edição da revista PragMatizes, especial por essência e riqueza e desejamos que seja início de uma profícua produção.

*Flávia Lages*  
*Editora*

## Dialogando / triangulando a questão cultural

Luiz Augusto F. Rodrigues<sup>1</sup>

João Domingues<sup>2</sup>

A cultura vem alçando, gradativamente, centralidade nas discussões internacionais. Mais e mais a preocupação com a integração de um discurso “do cultural” vem atravessando a agenda de diferentes atores no cenário político, reorientando sua centralidade na definição das políticas públicas relacionadas ao desenvolvimento econômico, à diminuição das taxas de violência, ou mesmo à renovação das práticas jurídico-políticas. A Constituição brasileira de 1988 aponta claramente os direitos culturais no rol dos direitos sociais a serem garantidos ao conjunto da população.

Por ter se tornado um universo bastante especializado, pode-se afirmar que as políticas culturais já conquistaram uma certa história, seja em um cenário avaliativo, seja no espaço mais restrito de suas ações propriamente ditas nos modos de produ-

ção e organização da cultura. Desta feita, são muitas as possibilidades de interlocução entre as dimensões culturais da política e a dimensões políticas da cultura.

As políticas públicas de cultura, por sua vez, sobretudo na última década da gestão federal no Brasil, apontam diferentes dimensões a serem fomentadas e entendidas quando se atua no e a partir do campo cultural: a dimensão estética e simbólica, a dimensão ética e cidadã e a dimensão econômica.

Dentro desta lógica, e preocupados com a reflexão crítica sobre a produção cultural brasileira, em 1995 professores do Departamento de Arte da Universidade Federal Fluminense criaram o projeto do bacharelado em Produção Cultural. Ao longo de seus quinze anos, o projeto pedagógico deste curso de graduação buscou aprofundar as reflexões sejam sobre o campo da gestão e planejamento cultural, sejam sobre as teorias e expressões da arte e da cultura.

Neste contexto surgiram algumas recentes iniciativas, das quais destacamos o seminário internacional *Panorama da Organização da Cultura na América do Sul*, organizado pela coordenação do curso de Produção Cultural e pelo Laboratório de Ações Culturais (LABAC-UFF). Inserido no evento *Niterói Encontro com a*

---

<sup>1</sup> Doutor em História Social pela UFF; professor do curso de graduação em Produção Cultural da UFF.

<sup>2</sup> Doutorando em Planejamento Urbano e Regional pelo IPPUR-UFRJ; professor do curso de graduação em Produção Cultural da UFF.

*América do Sul* – desenvolvido pela Prefeitura de Niterói – este seminário se focou na parte sul do continente americano, mas com os olhos voltados para a América Latina como um todo.

Do seminário destacamos dois resultados especiais: a publicação deste número especial de **PragMatizes – Revista Latino Americana de Estudos em Cultura** reunindo parte das palestras e reflexões preparadas para o seminário; e a *Rede 8 pontos / Infinitos pontos em cultura*, responsável pela proposição inicial da carta construída por parte dos pesquisadores reunidos no seminário e cujas propostas se encontram destacadas nesta edição.

#### CONSTRUINDO O SEMINÁRIO:

Nesta proposta de se refletir sobre a organização da cultura em nosso continente, convidamos vários pesquisadores ligados a universidades e realidades sul americanas; alguns outros intelectuais convidados não puderam comparecer, mas as discussões lançadas já alcançam eco...

O seminário *Panorama da Organização da Cultura da América do Sul* foi estruturado em três eixos.

. “*Consumo cultural e cadeias produtivas da cultura*”, onde se buscou discutir o papel das indús-

trias culturais, o crescimento da economia da cultura / economia criativa, e métodos de investigação sobre o consumo da cultura.

. “*Panorama institucional da gestão pública de cultura*”, debatendo instrumentos de gestão compartilhada na cultura – conselhos, planos etc -, a questão da formação em produção e gestão cultural, e experiências no campo da gestão pública de cultura na América do Sul.

. “*Movimentos sociais: territórios interculturais e direitos*”, com reflexões sobre a gestão territorial com base na cultura, novas articulações entre gestão urbana / gestão cultural, e interlocuções entre direitos culturais e movimentos sociais.

Os artigos que compõem esta edição são representações de algumas das falas do seminário, somadas ao ensaio assinado por Alexandre Barbalho, Antonio Albino Rubim e Leonardo Costa que dialoga com o segundo eixo temático, apresentando-nos dados sobre o campo da formação na área cultural.

A experiência de Rosário com as feiras de artesanato apontam questões importantes para pensarmos o consumo e as cadeias produtivas na área cultural. Onze feiras estruturam o espaço urbano rosarino, com forte viés de atratividade turística ao

estruturar uma espécie de “corredor” formado por estas feiras. A gestão partilhada pelos expositores destas feiras ajuda a tecer uma rede que busque compartilhar responsabilidades entre esferas administrativas municipais e os produtores artísticos. Virginia Masau nos incita e refletir sobre “un proceso de democratización del Estado en virtud de la incorporación inminente de los actores directamente involucrados al diseño de las políticas dirigidas al sector”.

Já o quadro geral apresentado por Alessandra Meleiro nos apresenta as perspectivas internacionais e o grande potencial econômico das cadeias de produção na área cultural. “A economia criativa tem sido compreendida como uma potencial alavanca para o desenvolvimento de muitas nações, sendo que mais de 60 países já realizam procedimentos sistemáticos de mapeamento do seu setor criativo”, resume a autora.

Outra face da economia da cultura e da produção social de bens culturais é apresentada por Elizete Ignácio. Descrevendo as experiências de produção, circulação e consumo do *funk* no Rio de Janeiro, a autora analisa os impactos deste gênero musical na cidade, e suas imersões em outras fronteiras nacionais e internacionais.

Marta Elena Bravo nos mostra que a política nacional de

cultura da Colômbia guarda vários paralelos com o que estamos buscando construir aqui no Brasil. Tanto lá como aqui se constata alguns instrumentos da gestão pública de cultura apoiados em conferências participativas, formulação de planos, criação de fundos de recursos financeiros, preocupação com a formação e com a salvaguarda do patrimônio. A experiência colombiana, sobretudo em Medellín, nos interessa diretamente também por conta da implantação de equipamentos culturais em zonas de incidência de violência urbana, alcançando assim um novo quadro de requalificação do tecido social local. “Nacimos para habitar creativamente nuestro mundo [...], crear y dejar memorias que nos enlazan con el pasado, le dan significado al presente, y nos permiten vislumbrar un futuro con el cual tenemos la obligación de sembrar esperanza para los que nos sucedan”, pondera a pesquisadora.

O mestrado em Estudos Culturais da Universidade Nacional de Rosario, na Argentina, é um dos nossos recentes parceiros. Esta parceria nos foi possível construir a partir da coordenadora daquele programa, a professora Mónica Bernabé. As preocupações apresentadas pela palestrante são referentes ao entendimento ampliado da noção de cultura e suas práticas contemporâneas e o desafio ao dialogar este campo no interior de instituições mais cristalizadas,

como por exemplo a academia. Este dilema tem bastante procedência com nossa realidade. A autora nos alerta que as “modernidades desbordadas, como la de los demás países periféricos, están dramáticamente atravesada por la desigualdad. Lo acuciante de nuestras sociedades se traduce en millones de personas que están fuera del sistema a causa del diseño de políticas de exclusión internas y externas. De ahí que el lugar desde donde se habla o desde donde se teoriza se vuelva particularmente relevante”.

A reflexão sobre o universo das práticas e da produção cultural, assim como a formação de quadros técnicos para operar o campo da organização da cultura é cada vez mais latente na atualidade. Que lugar as universidades estão ocupando nesta perspectiva? Que “falas” as universidades vêm produzindo, e que críticas e/ou reflexões são, ou devem ser delas emanadas? O quadro da formação na área cultural nos é apresentado em detalhes, e debatido no artigo de Barbalho, Rubim e Costa. Como apontam os autores, “após analisar a literatura que discute esse tema no contexto latino-americano e as especificidades brasileiras, apresentaremos os principais dados referentes ao mapeamento que abrange de forma sistemática as mais diversas instituições que trabalham na formação e qualificação em organização da

cultura nos mais diferenciados níveis de aprimoramento (atividades presenciais e on-line de extensão, graduação, especialização, mestrado, doutorado etc.) existentes na atualidade brasileira”. As contribuições de Alexandre Barbalho durante o seminário avançaram, sobretudo, na dimensão cultural de grupos tidos como “periféricos”.

Toda esta discussão, esperamos, pode fazer brotar novas consciências e novos padrões de urbanidade e convivência que reafirmem atitudes éticas e aprofundem a pesquisa de nossas realidades a partir do viés cultural. São inúmeras as possibilidades de reencantamento e reapropriação a partir da dimensão cultural. Apontamos, ainda, as falas de Alexandre Barbalho, Carlos Vainer e de Patricio Rivas durante o encontro sul americano em perspectiva, falas estas que também podem ser *ouvidas* na plataforma web.

Esperamos que as vozes “aqui” presentes sejam capazes de reverberar os diálogos sobre as questões culturais, sempre atentos à necessidade de triangular estas questões com questões de outras naturezas: sociais, territoriais, urbanas, educacionais e assim por diante.

## Rede ∞ 8 Pontos em Cultura

Um importante desdobramento do seminário foi a articulação inicial entre pesquisadores sul americanos que levaram à constituição de uma rede de parceria que se comprometeu com alguns pontos estratégicos. Foram traçados oito pontos iniciais, mas que pretendem infinitos pontos ∞.

Seguem os signatários presentes naquele momento e o documento estabelecido:

BARBALHO, Alexandre – Universidade Estadual do Ceará (Brasil)

BERNABÉ, Mónica – Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

BRAVO, Marta Elena – Universidad Nacional da Colombia – sede Medellín.

CARRASCO, Bernabé – Universidad de Bio-Bio (Chile)

DOMINGUES, João - Universidade Federal Fluminense (Brasil)

GERICKE, Valeria – Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

MASAU, Virginia - Municipalidad de Rosario / Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

RIVAS, Patricio – Universidad de Chile

RODRIGUES, Luiz Augusto – Universidade Federal Fluminense (Brasil)

## Carta do seminário internacional Panorama da Organização da Cultura da América do Sul (Brasil, 2011)

*Niterói, 17 de novembro de 2011*

Nós, integrantes de universidades e instituições culturais sul americanas, reunidas e reunidos em função do seminário internacional Panorama da Organização da Cultura na América do Sul, realizado no Auditório Macunaíma da Universidade Federal Fluminense, reconhecemos o momento de transformação das relações políticas em nossos países, não apenas na América do Sul, mas em toda a Latino América e Caribe.

Consideramos que os processos de desenvolvimento cultural em nossa região têm produzido condições potenciais à integração e cooperação. Estes processos são resultado das ações de muitas iniciativas e comunidades culturais da América Latina e Caribe.

Reconhecemos os avanços que vêm sendo produzidos e discutidos nos diversos contextos e nos propomos a contribuir com esta carta para tal perspectiva, sempre sob posicionamentos que dialoguem com os diferentes agentes dos processos culturais.

Tendo isso em vista, propomos:

- 1 - estruturar uma rede de instituições, universidades e agentes culturais que dialoguem por meio de trabalhos de ensino, pesquisa e extensão no campo político-cultural da América Latina e Caribe;
- 2 - incentivar ações conjuntas de intercâmbio, cooperação e integração internacionais;
- 3 - desenvolver seminários permanentes que promovam o intercâmbio de pesquisas e reflexões com foco nas políticas e nas práticas de gestão e produção em cultura;

4 - fomentar a formação nas áreas da organização e profissionalização da cultura, promovendo inclusive o intercâmbio de alunos e docentes;

5 - propiciar a troca de experiências através do desenvolvimento de pesquisas comparadas;

6 - estimular a criação de laboratórios e observatórios de pesquisa;

7 - criar uma plataforma digital que funcione como suporte de divulgação das atividades da rede;

8 - viabilizar publicações e buscar mecanismos de financiamento para ações conjuntas.

### **Carta del seminario internacional Panorama de la Organización de la Cultura en Sudamérica (Brasil, 2011)\***

***Niterói, 17 de noviembre de 2011***

Nosotros, integrantes de universidades e instituciones culturales sudamericanas, reunidas y reunidos en función del seminario internacional Panorama de la Organización de la Cultura en Sudamérica, realizado en el Auditorio Macunaíma de la Universidad Federal Fluminense, reconocemos el momento de transformación de las relaciones políticas en nuestros países, no sólo en Sudamérica, sino en toda Latinoamérica y Caribe.

Consideramos que los procesos de desarrollo cultural en nuestra región han producido condiciones potenciales a la integración y cooperación. Estos procesos son resultado de acciones de muchas iniciativas y comunidades culturales de Latinoamérica y Caribe.

Reconocemos los avances que vienen siendo producidos y discutidos en los diversos

contextos y nos proponemos a contribuir con esta carta para tal perspectiva, siempre bajo posicionamientos que dialoguen con los diferentes agentes de los procesos culturales.

Teniendo eso en cuenta, proponemos:

1 - estructurar una red de instituciones, universidades y agentes culturales que dialoguen por medio de trabajos de enseñanza, investigación y extensión en el campo político-cultural de Latinoamérica y Caribe;

2 - incentivar acciones conjuntas de intercambio, cooperación e integración internacionales;

3 - desarrollar seminarios permanentes que promuevan el intercambio de investigaciones y reflexiones con foco en las políticas y en las prácticas de gestión y producción en cultura;

4 - fomentar la formación en las áreas de la organización y profesionalización de la cultura, promoviendo inclusive el intercambio de alumnos y docentes;

5 - propiciar el cambio de experiencias a través del desarrollo de investigaciones comparadas;

6 - estimular la creación de laboratorios y observatorios de investigación;

7 - crear una plataforma digital que funcione como soporte de divulgación de las actividades de la red;

8 - hacer viables publicaciones y buscar mecanismos de financiación para acciones conjuntas.

**RED ∞ 8 PUNTOS EN CULTURA**

---

*Tradução de Mariana Darsie, bacharelada em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense.*

**El recurso de las ferias: Contrapunteo en torno al surgimiento y devenir de las ferias culturales en la ciudad de Rosario, Argentina pos 2001**

**O recurso das feiras: Contraponto em torno do surgimento edesenvolvimento das feiras culturais na cidade de Rosario, Argentina, no pós 2001**

**Street Markets As A Resource: A counterpoint about the emergence and evolution of cultural street markets in the city of Rosario, Argentina, after 2001**

**María Virginia Massau<sup>1</sup>**

**Palabras clave:**

Cultura

Recurso

Ferias

Ciudadanía Cultural

**Resumen:**

El presente trabajo tiene por objeto reflexionar sobre el surgimiento y devenir de las ferias en la ciudad de Rosario en el marco de la intensificación y proliferación de acciones y estrategias propiamente culturales registradas en la última década y ligadas a los procesos de reconstrucción del horizonte de futuro del conjunto social argentino.

Uno de los propósitos es redimensionar la complejidad de dicho proceso a la luz de las experiencias concretas y particulares, las que se presentan como plataformas de construcción de ciudadanía cultural; para desde allí, explorar nuevas conexiones entre cultura, marginalidad, mercado, ciudadanía y política en la actualidad.

**Resumo:**

O presente trabalho se propõe refletir sobre o surgimento e desenvolvimento das feiras na cidade de Rosario. Isso, na última década, em que se intensificaram e proliferaram ações e estratégias propriamente culturais, ligadas aos processos de reconstrução de um horizonte de futuro para o conjunto social argentino.

Um dos propósitos principais é redimensionar a complexidade desse processo à luz das experiências concretas e particulares, como patamares de construção de cidadania cultural para, a partir dali, explorar novas conexões entre cultura, marginalidade, mercado, cidadania e política nos tempos atuais.

**Palavras chave:**

Cultura

Recurso

Feiras

Cidadania Cultural

**Key words:**

Culture

Resources

Street Markets

Cultural Citizenship

**Abstract:**

The purpose of this work is to reflect upon the emergence and evolution of street markets in the city of Rosario in the context of intensification and multiplication of direct cultural actions and strategies over the last decade, linked with the reconstruction processes of future perspectives of Argentinean social tissue.

One of the purposes is to reassess the complexity of this process in the light of actual individual experience, presented as platforms for the development of cultural citizenship, and henceforth explore the currently emerging links between culture, marginality, the market, citizenship and politics.

## El recurso de las ferias: Contrapunteo en torno al surgimiento y devenir de las ferias culturales en la ciudad de Rosario, Argentina pos 2001

### INTRODUÇÃO

*que sea siempre así, en esta cartonería donde un grupo de trabajadores sueñan, pintan tapas y recortan el cartón de las calles pero es difícil explicarles con lujo de detalles que es una cartonería. Nadie lo sabe, ni siquiera nosotros.*

(Cucurto: 2010)

Es desde esa zona de “lo difícil de explicar lo que uno hace cuando esta metido allí en la experiencia”, que emprendemos este esfuerzo de poner palabras a nuestro trabajo cotidiano con las ferias culturales.

Una forma lícita que encontramos para despuntar este escrito, aparece del lado del humor, del chiste, de la *brincadeira*, lo que por otra parte nos ayuda a emplazarnos sobre una forma en la que triunfa el principio de placer sobre la rudeza de las contingencias de la realidad. Vale decir que el humor no es resignado. Es rebelde.

En ese sentido, traemos a colación el apodo “*dueña de las ferias*” que utiliza un colega, para nombrarme cuando nos encontramos en algún pasillo de la Secretaría de Cultura y Educación, institución en la que ambos trabajamos.

Efectivamente, la “*dueña de las Ferias*”, (que vendría a ser yo), es además de un modo amoroso y humorístico en que otros nombran mi trabajo, una metáfora interesante para intentar pensar aquí en torno a la tarea de coordinar el Área de Ferias Arte-

sanales de la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario.

Definitivamente, si hay un elemento en esa metáfora que resulta interesante al análisis es justamente la denominación de dueña, pero por la negativa, es decir; por esa ilusión de propiedad sobre un tipo de experiencia colectiva que nuclea una diversidad de sujetos y que se desarrolla fundamentalmente en el espacio público y en ese sentido “rechaza” toda pretensión de dominio.

No obstante esa enunciación risueña, es la que nos permitirá recorrer una de las dimensiones principales que caracterizan a las ferias y que es la que tiene que ver con su desarrollo en el espacio público de una ciudad, cuestión que no solo identifica a este tipo de experiencias sino que justamente interpela y dinamiza la propia noción de espacio público.

Por otra parte y siguiendo el planteo general de George Yúdice, en torno al concepto de la cultura como recurso<sup>2</sup> intentaremos reflexionar en torno a la proliferación de este tipo de experiencias en la última década en el marco de los procesos postindustriales en América Latina; como así también y especialmente en torno a la potencia política que revisten (en algunos casos) en tanto viabilizan la conquista de niveles de ciudadanía para amplios sectores de la población y/ o grupos poblacionales emplazados en los márgenes de los procesos productivos socialmente aceptados.

En ese sentido, una de las hipótesis principales que recorre este trabajo y que intentaremos desarrollar en una perspectiva crítica es la de la configuración de nuevos modos de integración y participación social a partir de este devenir particular propiciado en el desarrollo de ferias culturales y que llamaremos de *ciudadanía cultural*.

Valga aquí entonces la aclaración, que nuestro campo de reflexión se circunscribe a las Ferias “Muy Rosarinas” que son en la actualidad las once (11) Ferias Culturales integradas al Área de Ferias de la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario y que en principio podemos distinguir en dos grandes grupos; por un lado, un conjunto de ocho (8) ferias de artesanías, manualidades y arte popular y por el otro, otro conjunto de tres (3) ferias culturales de exposición y venta de objetos usados y/o antigüedades.

Finalmente incluiremos en la reflexión una experiencia muy singular de taller de producción de objetos artesanales y manuales que en cierta forma constituye un antecedente a la actual tarea de coordinación de Ferias Culturales, al menos en dos sentidos.

En primer término es un antecedente en términos profesionales y por qué no, personales de participación directa en la fabricación colectiva de objetos para el consumo cultural; y en segundo término es posible mencionar ese espacio de la producción de bienes culturales como una de las condiciones claves para el acceso y la permanencia en ferias, al menos de artesanos.

Así pues, intentaremos con estas reflexiones aportar nuevos y por qué no, viejos elementos para un debate necesario y urgente respecto estos montajes urbanos llamados ferias, los cuales con mayores o menores niveles de participación en estrategias más amplias de la planificación urbana, sin duda proporcionan nuevas identidades a las ciudades que habitamos en el sentido en que se constituyen como módulos participes y componentes del paisaje urbano contemporáneo.

Por último, nos resta decir que estas reflexiones son emprendidas con la sospecha de que nuestra tarea de coordinación de ferias desde el ámbito del Estado Local, se desarrolla muchas veces en ciertas zonas “grises”; es decir, en zonas en la que conviven por un lado, intereses públicos y privados de modo muy especial y fluctuante, y por otro lado, articulaciones muy precisas con otras Secretarías y Ministerios existentes al interior del propio Estado, cada una con sus propias lógicas institucionales y de poder en juego. Es esta convivencia e intersectorialidad lo que le imprime su particular dinamismo y es en ese sentido que colocamos el concepto de “gris” en tanto es una tonalidad producida por la mezcla del blanco y el negro, que a su vez no son ausencia de color sino presencia de todos (al menos en la teoría del color pigmento).

#### DE LA CULTURA COMO RECURSO, A LAS FERIAS COMO RECURSO

Parafraseando el título del libro de George Yúdice “*La cultura como recurso*”<sup>3</sup>; elegimos utilizar ciertas claves provistas por dicho análisis para pensar el tema de las ferias culturales, no solo por una cuestión nominal, sino sobre todo por la cuestión conceptual que propone el autor cuando formula la noción de recurso, para pensar el concepto de cultura en la actualidad el cual supone un anudamiento muy particular y preciso a la vez que se presenta como clave indispensable para la lectura de ciertos procesos del presente.

Efectivamente lo que este autor señala enfáticamente, incluso en las primeras páginas de su libro, es que asistimos a una contemporaneidad global en la cual el papel de la cultura se ha extendido notablemente a otros ámbitos, principalmente al económico y al ámbito de la política; y

afirma: *“lo que me interesa destacar desde un principio es el uso creciente de la cultura como expediente para el mejoramiento tanto sociopolítico cuanto económico”*.<sup>4</sup>

En otras palabras, lo que se propone es subrayar la presencia del factor o componente cultural en el desarrollo de los procesos sociales, económicos y políticos de la actualidad.

En esta dirección analítica y en abierto diálogo con este texto, encontramos a otros referentes teóricos importantes, como por ejemplo García Canclini, quien en su libro *“La sociedad sin relato”*, va a formular algunos otros interrogantes que citaremos aquí para reforzar esta idea:

*“¿Que está pasando con el arte, cuya muerte se anunció tantas veces, para que en pocas décadas se haya convertido en una alternativa para inversores decepcionados, laboratorios de experimentación intelectual en la sociología, la antropología, la filosofía y el psicoanálisis, surtidor de la moda, del diseño y de otras prácticas de distinción?”*<sup>5</sup>

Así, esta perspectiva aquí presentada incluye necesariamente la consideración de ciertos tópicos de la fase actual del capitalismo global/ neoliberal, caracterizado por un sistema de producción postfordista y/o postindustrial – que algunos economistas siguiendo la tradición de la referencia automotriz llaman de *“toyotista”*<sup>6</sup> - como claves fundamentales para comprender estos procesos de rearticulación y reticulación del ámbito de la cultura a las esferas sociales y económicas.

Si bien no es objeto de estas reflexiones profundizar en torno a los procesos de globalización en curso de un modo directo, es decir, excede al ámbito de este trabajo la posibilidad de sistematizar las principales líneas de fuerza que caracterizan la era del

capitalismo global que nos atraviesa; nos es insoslayable señalar que son dichas formaciones específicas – caracterizadas por la aceleración de los procesos migratorios y de aproximación de culturas diferentes, entre otros elementos-, las que se constituyen en el contexto inmediato de este modo de pensar el funcionamiento de la cultura y de la sociedad en la actualidad.

Una de las sospechas presentes en el texto de Yúdice, que explicarían en parte este fenómeno y que intentaremos seguir con mucha atención en el curso de estas páginas, es aquella referida a la *“retirada”* del Estado de sus funciones de hacedor de lo social; es decir, a este proceso de reconversión del *“Estado Social”* (conocido como Benefactor) prototípico de la fase del capitalismo industrial, a este *“Estado menor o mínimo”* que advino junto a la fase del capitalismo neoliberal.

*“la expansión del papel desempeñado por la cultura se debe, parcialmente, a la reducción de la subvención directa de todos los servicios sociales por parte del Estado, incluida la cultura, lo cual requería una nueva estrategia de legitimación en Estados Unidos de la era postfordista y posterior a los derechos civiles”*<sup>7</sup>

Y sigue:

*“...la táctica de reducir los gastos estatales, que podría parecer el toque de difuntos de las actividades artísticas y culturales, constituye realmente su condición de continua posibilidad: hoy se encauza a los artistas hacia el manejo de lo social.”*<sup>8</sup>

Y si bien el autor, precisa o ejemplifica este movimiento en los Estados Unidos, más adelante explicará como el mismo no es exclusivo de este país, sino que se ha vuelto en cierta forma una prác-

tica reconocible en muchos otros países de occidente, incluidos los del llamado “tercero mundo”

Así pues, la inclusión de esta hipótesis en nuestro análisis, responde a la necesidad de vislumbrar, desde una perspectiva crítica, este proceso de ascenso y/ o expansión de la esfera cultural en el marco de la reconversión del Estado en la neoliberalización en curso como una de las condiciones claves para el análisis específico del caso de las ferias culturales en la ciudad de Rosario.

Por otra parte queremos aclarar aquí, que incluir esta visión no equivale a adscribir ligeramente a la idea de que se ha producido un achicamiento del Estado por la sola constatación de la reducción del gasto público en muchas de sus áreas incluida la social. En última instancia, esta constatación que igualmente debiera verificarse en cada caso, siempre va a tener que ver con un proceso político más complejo de reposicionamiento estratégico del Estado en el marco del su nuevo rol en la fase del capitalismo actual.

De todos modos y en lo que aquí nos interesa, estas observaciones dirigidas, a pensar la “novedad” de la relación entre cultura/ sociedad/ economía y política en nuestros días en clave de “recursivo” (sin negar que la centralidad de la cultura no es nueva en la resolución de problemas sociales, sino subrayando las nuevas formas que cobra esta vieja relación en el presente), son para nosotros, los ejes de análisis prioritarios para abordar el tema de ferias culturales ya que efectivamente el surgimiento de las mismas y su devenir actual en política cultural de la ciudad, se ha producido en el marco de esta nueva forma de articulación de las esferas sociales, políticas y económicas, transversalizadas por la expansión de lo propiamente cultural.

En ese marco y en el caso de nuestra ciudad de Rosario, es posible advertir que la mayor parte de las ferias que hoy son reguladas desde la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario (once en total) tienen un origen o momento fundacional muy ligado a una cuestión social. A excepción del Mercado de Pulgas del Bajo y de la Feria de libros y textos usados de Plaza Sarmiento<sup>9</sup>, que datan en nuestra ciudad desde mediados de la década del 80, las otras nueve ferias que hoy componen nuestro campo de intervención, surgieron a partir y luego del año 2001.

Y decir 2001 en Argentina, es cosa seria.

En efecto hacia finales de ese primer año del nuevo milenio, nuestro país asistió a lo peor de una profunda crisis política, económica y financiera, que venía incubándose desde la década de los 90, conocida internacionalmente sobre todo por la cuestión del “corralito bancario”, los cacerolazos y los espantosos hechos de violencia que se suscitaban y que pusieron fin de un modo trágico, a la era “menemista” del despilfarro, al país de la convertibilidad y a una etapa en la que se nos quiso convencer, al decir de la bella Silvia Bleichmar<sup>10</sup>, de que entrábamos al primer mundo o que, incluso, ya formábamos parte de él.

Este momento trágico de la vida institucional en el país, que dejó saldos, muertos y consecuencias dolorosas desde muchos puntos de vista y que marcó profundamente los primeros años del 2000 con signos de inestabilidad social, política y económica, fue asimismo caracterizado por una gran participación social en formato inmediato de protesta y más mediato de ensayos múltiples de recuperación de la democracia.

Es en este proceso particular en el que surgen, resurgen y fundamentalmente, cobran plena visibilidad nuevas formas de participación social y política que ponen en crisis a las formas tradicionales y que se convertirán en adelante -casi diría- en prototípicas de la política “popular” argentina: piquetes, asambleas barriales, fabricas recuperadas, y nuevos movimientos sociales generados sobre todo a partir de la figura del desocupado y/o del muerto o caído en combate.

En ese marco, la cultura y especialmente las artes y muchos artistas tuvieron un especial protagonismo y participación que amplió y multiplicó las bases de lo que se conoce como arte político en el país, e incluso las propias bases del arte. En efecto, el arte en ese periodo, también salió a la calle de múltiples formas:(para citar sólo algunas) datan de ese periodo la conformación del TPS (taller popular de serigrafía liderado por un grupo de artistas plásticos en el marco de la asamblea barrial del barrio de San Telmo), de VENUS ( billete que reemplazaría a la moneda nacional, diseñado por el artista plástico Roberto Jacoby para canjear en un importante nº de clubes de trueque generados en esa época) y de ELOISA CARTONERA ( proyecto editorial llevado adelante por un grupo de artistas y una cooperativa de cartoneros en la ciudad de Buenos Aires), entre otras.

Sería encantador profundizar en este tema, ya que hay muchísimas experiencias que revelan nuevas formas de articulación entre arte, política y sociedad, pero efectivamente, excede las posibilidades de este trabajo.

No obstante, entre esa variedad de formas en que el arte salió a la calle en la Argentina pos 2001, es que podemos situar el caso específico de las Ferias Culturales en la ciudad de Rosario.

## LAS FERIAS COMO RECURSO

*Hace una década, igual que el país, Rosario tocaba fondo y reflejaba su desánimo en una ciudad gris de espaldas al río, con sectores costeros literalmente en ruinas como los terrenos del ferrocarril y el legendario barrio Pichincha sumido en la decadencia. A nadie se le ocurría ir a Rosario por mero placer, algo que ahora sí pasa cada vez más. Fue precisamente en aquel momento de desesperanza cuando un grupo de gente, con el artista plástico Dante Taparelli a la cabeza, comenzó a impulsar alternativas urbanístico-culturales para recuperar sectores decaídos dándoles vida artística, económica y social.<sup>11</sup>*

Casualmente, el pasado domingo<sup>12</sup>, uno de los periódicos más importantes del país “Página 12”, en su Suplemento de Turismo, destacó a la ciudad de Rosario entre uno de los primeros destinos turísticos nacionales preferidos en función de los datos arrojados por las estadísticas elaboradas a tales fines. Curiosamente entre los principales atractivos urbanos que se contabilizan allí se encuentran las ferias culturales que dan vida a uno de los barrios más emblemáticos de la ciudad durante los fines de semana: El Mercado Retro “la Huella”, la feria “El Roperito” y la feria de artesanos del “Bulevar”.

Y si bien esta nota periodística hace especial hincapié en los aspectos turísticos de la región, dimensión que definitivamente hoy forma parte indisoluble del tema Ferias en la ciudad, en sus comienzos dicha perspectiva no estuvo explícitamente presente, al menos en el sentido en que aparece destacado y argumentado en la actualidad ya que en sus orígenes – hace justamente una década-, la creación de estas tres ferias por parte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Rosario, tuvo que ver principalmente con otros dos factores de insospechada confluencia y articulación.

En primer lugar, podemos afirmar que uno de los elementos más influyentes para la emergencia de las ferias fue el diseño de estrategias de planificación urbana más generales, de reactivación de ciertas zonas de la ciudad, principalmente las de la franja costera sobre el río Paraná (límite norte y este de Rosario) las cuales se encontraban desde hacía varias decenas de años, coincidentemente con los primeros síntomas del ocaso industrial acaecidos durante los años 60, en franca decadencia.

Dichas estrategias más amplias fueron puestas en marcha en esta ciudad a partir de la recuperación de la democracia en el país, es decir del año 1983 (en el marco de las negociaciones territoriales entre el Estado local y el Estado Nacional de ese entonces) y asimismo tuvieron y al día de hoy tienen como objetivo principal, la recuperación y reactivación de esas zonas que durante los comienzos del siglo XX fueron habitadas principalmente por la actividad portuaria y ferroviaria, y que luego, con el advenimiento de las transformaciones a nivel productivo y económico que produjeron el desplazamiento del propio puerto de Rosario hacia el sur de la ciudad y la apertura de al menos otros cinco puertos en la región, dejaron a estas zonas sin la “vita activa” que entonces tuvieron.

Desde este punto de vista, uno de los elementos más destacables de este proceso, es que el mismo fue impulsado por el Estado Local a través de acciones fundamentalmente culturales que incluyeron, además del fomento de estrategias de intervención urbana entre las que se destaca la creación de Ferias, la recuperación de inmensos galpones de depósito, dos estaciones de trenes y un complejo de seis silos (graneros) que se encontraban prácticamente abandonados, a través de la invención de diferen-

tes instituciones y dispositivos culturales, entre los que se destacan el CEC (Centro de Expresiones Contemporáneas), la Isla de los Inventos, el MACRO (Museo de Arte Contemporáneo de Rosario), la Escuela de Artes Urbanas, la Casa de la Poesía y los galpones de usos múltiples, entre otros.

Así, en este proceso que hasta el día de hoy continúa, (aunque de modo diferente por la inclusión de nuevos actores provenientes de la inversión privada e inmobiliaria consecuencia directa del boom de la soja en la región), fue incluida la propia relocalización del edificio de la Secretaria de Cultura, que pasó de habitar algunas oficinas de uno de los primeros galpones recuperados, a emplazarse en el inmueble de una vieja y amplia estación de trenes prácticamente en desuso, sobre todo por el incremento notable de actividades, programas y proyectos que empezaban a implementarse desde dicha institución.

“Rosario Norte” que es el nombre que todavía conserva la estación de trenes, (la cual paradójicamente se está recuperando como tal), está ubicada en el barrio conocido como Pichincha. Por su parte este barrio, coincidentemente con esta historia, durante las primeras décadas del siglo XX había tenido un desarrollo urbanístico, comercial y cultural muy particular<sup>13</sup> el cual también en la década del 60 se sumió en una estética de decadencia, debido al crepúsculo de sus principales actividades. Su ubicación geográfica (en el actual corazón de la ciudad sobre el río) y su pasado mítico y bohemio fueron las dos razones más importantes para que este distrito fuese incluido en los planes de recuperación urbanística, que como vimos, llegaron con la democracia.

En ese sentido, y a juzgar por la palabra directa de algunos funcionarios de

la Secretaría de Cultura del Municipio de la época en que se crearon las ferias, nos encontramos con este tipo de relato:

*“A partir del emplazamiento de la Secretaria de Cultura en Rosario Norte, empezamos a pensar en diferentes acciones de intervención urbana para recuperar la memoria de ese barrio emblemático de la ciudad, la historia del barrio Pichincha... recuperar su apariencia de barrio antiguo. Ahí surge la idea de pensar en una intervención urbana que rompiese los fines de semana con la cotidianeidad de la ciudad en el espacio público... Ahí aparece Dante con esta idea de convocar a la gente desocupada con la sola consigna de que tuviese objetos de más de 25 años de antigüedad”<sup>14</sup>*

Y sigue:

*“Como empezamos a convocar a fines del 2001, sucedió que por la crisis fue un éxito tremendo porque hubo realmente una afluencia de gente impresionante... y arrancamos con el Mercado Retro en abril del 2002 con 130 puesteros”<sup>15</sup>*

En esta última frase del ex Secretario de Cultura que aquí citamos, es en donde podemos situar el otro factor que confluyó para la creación de las ferias culturales.

El segundo elemento presente entonces para la emergencia de las mismas como proyecto cultural, no es otro que el “ambiente” político-ideológico de esos años, es decir, ese particular proceso que destacábamos párrafos atrás, que se dio en la Argentina pos crisis del 2001, y que dio lugar al ascenso de la cultura y al mundo de las artes en general, como lenguajes y prácticas privilegiadas para la recomposición y reconstrucción del país en ruinas.

Al respecto, en la misma nota periodística publicada el pasado domingo, localizamos el propio relato de quien estuvo allí presente durante la creación de las ferias, propulsando este movimiento:

*“En pleno caos del 2001 yo estaba mirando en Crónica TV a una mujer que lloraba porque la habían desalojado y no tenía dónde ir. Justo detrás estaba su gran ropero, que era una joya de la mueblería y yo me pregunté cómo no lo vendía. Y me respondí que la señora no tenía idea del valor de ese ropero. Así se me ocurrió impulsar un mercado callejero donde la gente trajera sus cosas viejas para ponerlas a la venta.”<sup>16</sup>*

Estas palabras del artista plástico Dante Taparelli, quien ciertamente fue el creador del Mercado Retro “La Huella” y de la Feria El Roperito, son muy gráficas y elocuentes para subrayar este momento particular en que se echa mano de y hacia la cultura para la resolución de problemas de otra índole y/o sociales; es decir, este relato ilustra el modo específico en que empieza a considerarse a la cultura como motor para el desarrollo y la recomposición social y a los artistas como inventores o gestores de procesos de inclusión social, en adelante “creativos”.

Por otra parte, estos dos elementos brevemente citados aquí para explicar los orígenes de la creación de ferias por parte del Estado Local, presuponen como también dijimos, un insospechado horizonte de confluencia y articulación que colaboran tanto para el entendimiento del “éxito” de las experiencias en sí mismas, como para la comprensión de su manifiesto devenir en clave de *recurso*, concepto que elegimos primariamente para este análisis.

Y decimos “confluencia insospechada”, porque efectivamente ambos tópicos, el de la estrategia de recuperación de una zona urbana en decadencia por un lado, y el de la organización de un mercado callejero de exposición y venta de objetos del pasado por el otro; gravitan como satélites en torno a un eje común: el de la recuperación de la memoria colectiva como operación principal para la reescritura (menos mortificante) de una narrativa del presente basada en la resignificación o nueva puesta en valor de objetos, sujetos, historias y lugares.

*“Acabado el país de la convertibilidad, ha comenzado el país del reciclaje”<sup>17</sup>*

Esta metáfora con la que Bleichmar encara el capítulo “Somos todos cartoneros” de su texto *Dolor País* del 2002, es aquí retomada para exponer esa coyuntura específica que dio lugar a la construcción de un nuevo presente a través de cierta remoción del pasado bajo la figura de “lo reciclado”. La cita resume de alguna manera, ese anudamiento particular entre lo social, lo ideológico y lo cultural que posibilitó durante aquellos años (y por sobre todas las cosas) la construcción de un horizonte de futuro a partir de la idea del reutilizamiento.

Es entonces en este proceso, donde el prefijo “re” comienza a escucharse y pronunciarse con mayor frecuencia e intensidad en nuestra ciudad y también en el país; incorporación y/o mutación lingüística que para nosotros, da cuenta de la potencia inclusiva, esperanzadora y fundamentalmente política que reviste como prefijo organizador del (re) establecimiento de un horizonte de futuro.

A nuestro juicio, desde allí es posible comprender la aceptación y rápida popularización de la estrategia de los mercados callejeros de venta de objetos e

indumentaria usados bajo la forma del Mercado Retro y El Roperito, por sobre otras estrategias del Estado Local pensadas para la recuperación urbana y cultural de ciertas zonas de la ciudad.

Esos dispositivos específicos fueron capaces de contener y encauzar el espíritu o ambiente cultural de la época reponiendo el horizonte de futuro perdido en torno a la estrategia de los “re”, es decir, de la reutilización, recuperación, reciclaje y reposición de objetos, sujetos y lugares a la vez que funcionaron y funcionan, como emprendimientos comerciales - culturales, que restablecen la posibilidad de ingreso o reingreso al mundo o sistema productivo.

En ese sentido es necesario también plantear aquí a las ferias como recurso en relación al modo en que operan informal pero legítimamente para la habilitación, ampliación y expansión de mercados a través de las operaciones de intercambio y venta de objetos que posibilitan por excelencia, las cuales son bien específicas y difícilmente podamos localizarlas en otro tipo de formato de comercialización.

Esta dimensión que colocaría a este tipo de propuestas bajo el rótulo de las llamadas economías creativas, asimismo requiere de un examen crítico y minucioso de sus partes constitutivas, ya que las ferias de las que aquí nos ocupamos son innovadoras o creativas en relación a los tipos de objetos que ofrecen así como en referencia al modo en que sus miembros participan, como veremos en el apartado siguiente. Sin embargo, desde el punto de vista del tipo de intercambio comercial que en ellas se desarrolla en forma hegemónica, no suponen una práctica superadora del modelo de oferta y demanda capitalista, es decir, no desarrollan por lo general formas de intercambio anticapitalistas, sino que

tienden a profundizar los niveles de informalización de la economía que nos rige.

No obstante, y previo a la profundización sobre los tipos de intercambios promovidos en su desarrollo, queremos señalar la iniciativa de organizar una tercera propuesta de feria que fue promovida en forma simultánea a la creación de estos mercados callejeros de antigüedades (Mercado Retro) y de ropa usada, por parte de la Secretaría de Cultura y Educación.

Nos referimos a la primera convocatoria para la selección de artesanos, manualistas y artistas populares para conformar la Feria de artesanos del Bulevar lanzada también durante el año 2002. A dicha convocatoria se presentaron algo más de setecientas personas que cumplían en mayor o menor medida con las condiciones requeridas, es decir, eran artesanos, manualistas y/o artistas populares en su mayoría. Un jurado especialista integrado por varios reconocidos "Maestros Artesanos" de la región, construyó un orden de mérito en base a una exhaustivo proceso fiscalizadorio mediante el cual se seleccionaron las mejores ciento veinte propuestas, que fueron las que pasaron a conformar dicha feria, ubicada hasta la actualidad, sobre el Boulevard Oroño, que es el límite este del barrio Pichincha.

En este caso particular, y para concluir con este análisis en torno a los proyectos vehiculizados a partir de la cuestión del reciclaje, es evidente que en las ferias artesanales, es decir en aquellas en las que se ofrecen producciones artesanales o artesanías, la cuestión del reciclado no aparece necesariamente del lado de los objetos que son ofrecidos y/o que viabilizan la pretensión de integrarse en una feria, sino que esta perspectiva se encuentra del lado de los sujetos que producen objetos de modo artesanal,

manual y popular y en ese caso, reciclan y recuperan viejas tradiciones de oficios y prácticas artesanales otrora sojuzgadas por la euforia de lo industrial.

Vale decir entonces que si la artesanía define a la vez la pieza, lo producido, lo creado y sobre todo nombra el oficio, es decir, el tipo de trabajo específico que posee esas características especiales y en todos los casos remite a un saber hacer; la creación por parte del Estado Local de ferias artesanales, indudablemente ha tenido que ver con hacer lugar al inminente surgimiento y resurgimiento de prácticas y emprendimientos familiares sostenidas en oficios artesanales y manuales que se dieron en la Argentina pos 2001 (en muchos casos relacionadas directamente con la falta de trabajo y/u oportunidades en el mercado formal del empleo) y que sin duda fueron las que colaboraron decisivamente - en tanto ambiente o espíritu de época - para la creación de la feria de artesanos más numerosa de la ciudad.

Hasta aquí todo nos hace pensar seriamente que *recurso*, bien podría remitir además de a reserva, a volver a poner en curso, en circulación.

#### BREVE CARACTERIZACIÓN DE LAS FERIAS "MUY ROSARIANAS"

Las ferias integradas actualmente a la Secretaría de Cultura y Educación de la Municipalidad de Rosario bajo la denominación "Ferias Muy Rosarinas" son once en total y están distribuidas en diferentes espacios públicos, principalmente plazas y espacios verdes emplazados en la franja costera del centro de la ciudad y hacia el norte.

Las mismas, están agrupadas bajo dos grandes denominaciones: por un lado

las ferias de artesanías, manualidades y arte popular que se componen de ocho (8) ferias en total, y por el otro, ferias culturales de exposición y venta de objetos usados y/o antigüedades, integradas por tres (3) ferias de esta tipología.

Esta forma de agrupamiento corresponde tanto para distinguir el tipo de objetos que se ofrecen en cada una de ellas, como así también para pensar en relación al tipo de sujetos o población que compone un grupo u otro de ferias; es decir, una de las diferencias principales entre estos dos grupos es que las ferias de artesanías, manualidades y arte popular se conforman por un tipo de población “*productora*” más ligada a la tradición de los oficios y las actividades artesanales y manuales; y las segundas, las ferias de objetos usados y/ antigüedades, de una población más cercana a la tradición comerciante, de nulo o escaso nivel de participación en la confección de los productos que ofrecen.

Dicha diferencia, imprime características particulares al funcionamiento de cada una de ellas, las cuales veremos con más detenimiento al analizar el tipo de pasaporte o ciudadanía cultural producido en cada caso.

Por otra parte cabe decir aquí, que una de las peculiaridades destacables de estos proyectos y que en parte explica su actual vinculación a esta institución, es que los mismos contienen una dimensión “estética” que como vimos, fue concebida desde la Institución o Secretaría de Cultura en torno al concepto general de reciclado tanto sea en relación a los objetos, a los espacios inutilizados como a los oficios y tradiciones que practican sujetos y dan derecho a la inclusión en este tipo de ferias. Asimismo, dicha particularidad, lejos de restringir la participación social, la ha ampliado y/o diversificado, en el senti-

do de que ha permitido la incorporación tanto sea de sectores enmarcados en la tradición de oficios y/o artesanos, así como también de otros sectores poblacionales tradicionalmente no vinculados a prácticas necesariamente culturales.

Si asumimos que los artesanos son en cierta forma productores culturales y las artesanías producciones culturales, es decir que son actores y piezas claves y partícipes de los procesos propiamente culturales, veremos cómo la inclusión de otros sectores no provenientes del campo inmediato de la cultura, nos plantea otro tipo de complejidad en relación a la tarea de coordinación de los predios feriales culturales por parte de esta institución.

Esta nueva complejidad va a estar caracterizada por los vaivenes de esta ampliación del propio “expediente” cultural en curso (como bien apunta Yúdice) y a su vez, por el tipo de trabajo diferente o específico que va a plantearse en relación a la coordinación de cada uno de estos tipos de espacios feriales.

Desde otro punto de vista y en el marco entonces de esta complejidad que reviste nuestra tarea, podemos trazar una segunda gran diferencia al interior del grupo de estas once ferias, la cual se perfila en torno a los diversos orígenes o nacimientos de cada una de las ferias y al modo en que los mismos, se actualizan y actúan en su devenir. En este caso entonces, a esta diferencia vamos a situarla por encima del tipo de población que congregan, es decir, más allá del tipo de tradición u oficio común que reúne a sus participantes.

Nos estamos refiriendo aquí al hecho de que contamos en nuestro haber con dos tipos de historias o formas de surgimiento de ferias, de las cuales hasta ahora hemos visto fundamentalmente a las fundadas o creadas desde el Estado.

Pero existen otra serie de ferias que hoy regulamos y entre las que se incluyen la mayoría, que se generaron “espontáneamente” o por el motus propio de grupos activos que paulatinamente fueron consiguiendo niveles de legalidad y reconocimiento público, cultural y político (como es el caso del Mercado de Pulgas del Bajo, de la feria de verano de la Florida, de la de la Plaza Montenegro, de la de textos usados y también de las ferias de La Fluvial).

Una primer observación que se puede deducir sobre estas diferencias y aunque puede parecer una obviedad pero que a los fines analíticos resulta relevante, es que aquellas ferias que se originaron de manera más espontánea y/o autogestionadas, es decir que en sus orígenes no formaron parte de la política cultural en esta materia, del modo en que en la actualidad sí lo hacen; atravesaron diferentes procesos para su legitimación como tales, que en muchos casos incluyeron hasta la presencia de episodios de violencia, de traslados (forzosos) de un lugar a otro de la ciudad por parte de las fuerzas de control público, y asimismo el escaso o nulo reconocimiento público de su valor o potencial estético, al menos en sentido positivo.

Este atravesamiento como veremos, impartirá características muy particulares al devenir de cada una de ellas que podemos visualizar en los niveles de cohesión internos y en los tipos de modalidades organizativas autónomas que se han dado, hasta el grado de poder constituirse, aunque sea en un solo caso (feria de artesanos “Mercado de Pulgas del Bajo”), bajo la forma jurídica de Asociación Civil.

No obstante a este nivel de formalización jurídica logrado por la feria de artesanos más antigua y tradicional de la ciudad, las otras ferias que surgieron “por las suyas” en distintos espacios públicos de la ciudad y que posteriormente fueron

incorporadas a la regulación estatal, mantienen niveles de cohesión de sus miembros muy significativos (a la vez que abigarrados) así como también concentran capacidades organizativas y de gestión muy importantes.

Desde el punto de vista histórico, al poco tiempo de la creación de las ferias en el barrio Pichincha, estas ferias paralelas y/o autogestionadas comenzaron a reclamar reconocimiento por parte del Estado Local solicitando explícitamente la regulación y/o encuadre de las mismas en las políticas culturales hacia el sector que empezaban a visualizarse en ese entonces en él que como vimos, era inminente e inédito en la ciudad, la valoración y aceptación de las artesanías y del esquema de comercialización en ferias que comenzaba a organizarse. En ese sentido, no sería desubicado plantear aquí que fue dicho proceso de estructuración de una política cultural hacia el sector, el que propició directamente que los reclamos de reconocimiento y legitimidad de ferias paralelas se tramitaran vía la Cultura.

Así, este proceso derivó en la efectiva y paulatina recepción de estos pedidos por parte de la Secretaría de Cultura con la consecuente incorporación de estos emprendimientos a su mando de coordinación iniciándose un complejo proceso de adecuación mutua. Recordamos aquí que previamente cada una de estas ferias contaba con algún tipo de legalidad emanada fundamentalmente desde el Concejo Municipal que establecía tiempos y espacios de funcionamiento, tipo de productos permitidos para la exposición y comercialización como así también en algunos casos prefijaban cantidades de puestos a ocupar. Lo que no estaba establecido allí de ningún modo, era el tipo de política cultural que terminaría conteniendo a todas y cada una de estas ferias.

Propiciado por todo este movimiento, en el año 2004 se creó al interior de la Secretaría de Cultura el Área de ferias Artesanales que incluyó el nombramiento de un pequeño equipo técnico, la dotación de un presupuesto anual para su funcionamiento y por sobre todas las cosas un nombre propio que empezaría a responder de allí en adelante por estos proyectos en cuestión así como también a ejecutar y diseñar acciones para el mejoramiento y la promoción de estos proyectos.

Esta incorporación a Cultura de los emprendimientos culturales y comerciales constituidos por fuera de la planificación estatal, imprimió e imprime características particulares al tipo de relación establecida con el Estado. Dicha relación va a caracterizarse por la presencia de una posición activa y propositiva de ambos actores en un proceso que como ya vimos, se inició atravesado por otros embates políticos que determinaron y determinan el modo de adecuación de estatutos de funcionamiento y unificación de criterios estéticos, y sobre todo imprimen características muy singulares al tipo de pasaje de una posición marginal a una posición central en la política cultural en materia de artesanías en la ciudad.

Por su parte y en este sentido, las ferias que fueron creadas desde el Estado, aparecen con muy poca capacidad organizativa, de gestión de soluciones a sus conflictos internos y de proyección; más bien mantienen una relación casi tutelar con el Estado Municipal, dentro del esquema clásico de las políticas públicas combinado con una visión altamente “conflictiva” sobre el mismo. Es decir, se posicionan desde cierta pasividad en la que esperan y piden que el Estado resuelva todos sus problemas, a la vez que hay un descrédito importante hacia la capa-

cidad del mismo en tanto agente regulador de lo social.

Esta posición un tanto contradictoria pero que efectivamente funciona de este modo, nos ha llevado a direccionar nuestras acciones para con las mismas, en sentido de intentar fortalecer capacidades organizativas y de gestión así como a tratar de deconstruir este modelo instalado de tipo “asistencialista” que todavía opera en las relaciones entre el Estado y “sus” ferias en pos de insertarnos en un modelo de co-gestión, ya que las ferias, en definitiva son emprendimientos también “privados” que funcionan en el espacio público y sus actores son política y económicamente activos.

Finalmente, el trazado de estas distinciones para caracterizar y presentar a las ferias culturales con las que trabajamos, responde además de a nuestra propia lectura de esta realidad particular; a la necesidad ética y política de ejercitar un análisis crítico de nuestro campo de intervención en el seno del mismo y en el marco de nuestra responsabilidad pública como agentes del Estado que pujamos por un modelo de regulación inclusivo, democrático y pluralista.

En ese sentido, re-apostamos cotidianamente a nuestro trabajo con las ferias, ya que las mismas, no sólo integran nuestro paisaje cultural ciudadano reconfigurando el funcionamiento de los espacios públicos mediante su emplazamiento sino que también constituyen espacios activos de participación social, cultural y económica, y representan en muchos casos espacios de trabajo reales para muchas familias y sujetos que o por opción o por imposibilidad, no integran (en su mayoría) el mercado formal de empleo.

## LA PARTICIPACIÓN EN FERIAS COMO PASSAPORTE DE CIUDADANÍA CULTURAL

Desde el punto de vista de las personas que participan en alguna de estas experiencias; mejor dicho, de la interpretación que podemos inferir al respecto sobre todo por nuestra labor directa en la coordinación de estos proyectos, hay varios indicios que nos conducen a profundizar en esta perspectiva de la cultura como recurso.

El primero y quizá más obvio, pero que no podemos dejar de incluir en este recorrido es el que tiene que ver con el hecho de que efectivamente la participación directa en alguna de las ferias del sistema supone el ingreso económico a través de la venta de los objetos habilitados, que es a su vez el fin de toda feria y todo feriante.

Pero quedarnos sólo con ese aspecto sería desleal con nosotros mismos, incluso porque si de eso se tratase simplemente, tampoco tendría sentido nuestro trabajo específico desde el ámbito de la cultura.

En otras palabras, la regulación actual de estos proyectos desde la Secretaría de Cultura y (hoy también) de Educación, en los términos en que lo venimos planteando, nos hace suponer que existen otra serie de razones en juego entre las que incluimos la consideración del empoderamiento de los participantes y/o feriantes propiciado a través de los procesos de participación en las ferias en cuestión.

En efecto, la propia distinción que realizamos en torno a los dos grandes grupos reconocibles en el sistema de ferias culturales, esto es: sujetos productores de objetos y sujetos no productores de los objetos que exponen y comercializan distribuidos en ferias organizadas en torno a una u otra razón, admite asimis-

mo la posibilidad de precisar los movimientos de cada uno de ellos en el sentido de la conquista de niveles de ciudadanía cultural a partir de su inclusión en cada tipo específico de feria. Esta precisión, nos permitirá ejemplificar los distintos modos o usos de ese pasaporte cultural que conlleva a diferentes tipos de ejercicio de ciudadanía cultural en el marco de dicha inserción.

Vale aclarar aquí que elegimos el concepto de *ciudadanía cultural* porque nos pareció el más adecuado para levantar y destacar la potencia política particular que reviste en cada caso la participación en uno u otro tipo de ferias. En otras palabras, y sin desconocer que dicha categoría ha sido utilizada por diferentes tradiciones de pensamiento para procesar cuestiones relacionadas a otras temáticas o problemáticas, en nuestro caso la elección de la misma ha tenido que ver indudablemente con la intención de subrayar las articulaciones específicas entre cultura - economía y política posibilitadas por el desarrollo específico de cada tipo de feria.

En el caso del segundo grupo, es decir, de los sujetos no productores de los objetos que exponen y comercializan, se esboza una modalidad que podríamos llamar de primer nivel o ejercicio tomando en consideración que dicho sector es reunido a partir de la posesión de un tipo específico de objetos.

En otras palabras, si atendemos al propio procedimiento mediante el cual dicho grupo fue consolidado como tal, en los tres casos, nos encontramos con que cada uno de los agrupamientos o ferias (de textos escolares usados, de antigüedades y de ropa usada o feria americana) se ha producido en torno a los objetos ofrecidos. Es decir, el agrupamiento se define en función del objeto o tipo de objeto.

Por otra parte, no son cualquier objeto, sino objetos que a partir de ese movimiento que citamos, de recuperación de la memoria colectiva como motor para el reestablecimiento de un horizonte de futuro en la Argentina pos 2001, empiezan a portar o poseer un valor histórico, estético, cultural y económico insospechado.

Si volvemos a leer la cita de Tapparelli, podemos encontrar allí algunas otras pistas para seguir hilvanado esta idea:

*“En pleno caos del 2001 yo estaba mirando en Crónica TV a una mujer que lloraba porque la habían desalojado y no tenía dónde ir. Justo detrás estaba su gran ropero, que era una joya de la mueblería y yo me pregunté cómo no lo vendía. Y me respondí que la señora no tenía idea del valor de ese ropero”<sup>18</sup>*

En la imagen de la mujer desesperada con un objeto de valor al que le ha vuelto inesperadamente la espalda, como quien no sabe que allí hay algo que es valioso, hay una entrada para esta pista que intentamos seguir y construir aquí. Podemos incluso pensar, que esa imagen nos revela al menos dos operaciones:

La primera, es la relación que se establece entre un “entendido” en el tema *valor* de los objetos devenidos “antigüedades” que no es lo mismo que cosa vieja, y el poseedor de esos objetos que carece del entendimiento acerca de su valor estético o histórico; pero la segunda y es esta la que especialmente nos interesa, es la relación que la primer operación posibilita: y es la de la relación que el poseedor de los objetos (re) establece con los mismos una vez anoticiado de la cuestión del *valor*.

Estas dos operaciones que profesamos de la relectura de la cita en cuestión, y que además no son otras que las

operaciones de la cultura en el marco de sus acciones específicas por la memoria, son las que constituyen la especificidad de este primer nivel o ejercicio de ciudadanía cultural, y que encontramos en el grupo de los sujetos no productores de lo que ofrecen.

Dicho de otro modo, el tipo especial de ciudadanía cultural que se ejerce en este caso está ligado a la actividad de participación en la puesta en valor de objetos a partir de su incorporación a espacios reunidos colectiva y legítimamente en torno a esta idea, *entendiendo que el valor nunca es una propiedad inherente a los objetos, sino un juicio acerca de ellos enunciado por los sujetos, cuyos significados están conferidos por las transacciones, las atribuciones y las motivaciones humanas.*<sup>19</sup>

Así, el tránsito o pasaje del no valor o ausencia del mismo, a valor cultural (y desde luego comercial) que se ha visto posibilitado entre otras cosas a partir de la creación y el sostenimiento de este tipo de mercados callejeros ha posibilitado asimismo un proceso de transformación de la propia trayectoria de los sujetos participantes, quienes definitivamente son los que llevan adelante dicha tramitación.

Es en este sentido en el que observamos aquí de modo positivo a esta expansión del ámbito de la cultura, ya que en este caso particular ha permitido y permite la participación activa o protagónica de sectores clásicamente desvinculados del hacer cultural y de la vida cultural urbana.

*“yo cuando empecé, estaba muy mal, me había quedado sin trabajo. Yo limpiaba en casa de una señora muy rica que me había despedido. Cuando me enteré de la Feria, la fui a ver y le pedí si no tenía ropa de ella, de esa buena, que no usara: me dio dos valijas, y con eso*

*empecé. Eran cosas muy finas y ahí aprendí a diferenciar y ahora me dedico casi exclusivamente a la venta de ropa de cuero...y ya tengo mis clientes, en general motoqueros.”<sup>20</sup>*

*“Cómo al año de haber empezado en la feria, conseguí trabajo. Me ofrecieron de encargada de limpieza de un sanatorio. El sueldo estaba bien y todo, pero yo ya había empezado acá, me había encariñado con la feria así que me quedé, aparte me iba bien. Hoy no me arrepiento de haberme quedado, descubrí en mí una vendedora de ropa que no sabía que yo tenía eso. Me encanta lo que hago!”<sup>21</sup>*

Estas citas tomadas de algunas entrevistas realizadas oportunamente a distintos integrantes en este caso del “Roperito”, dan cuenta de cierta forma de este proceso de construcción de una nueva identidad forjada en torno al sentido de pertenencia a una feria y asimismo estos relatos nos muestran como esa nueva identidad adquirida colabora directamente en el reposicionamiento social, cultural, económico y subjetivo de sus participantes.

Asimismo en el caso de esta feria en particular, compuesta hoy por 52 puestos liderados en su mayoría por mujeres de entre 30 y 70 años, ha sucedido que varias de sus referentes han sido convocadas desde otros proyectos por el estilo y en el marco de otro tipo de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, para capacitar a otras personas en torno a la venta, a la selección y edición de las prendas, como así también para contar su experiencia de participación en la misma en clave de capacitación a otras personas.

Por otra parte, vale colocar aquí que en esta dirección de reposicionamientos sociales y subjetivos a partir de la

participación en este tipo de ferias, encontramos a varios de los integrantes del Mercado Retro quienes luego de participar durante algunos años en la experiencia misma de la Feria, la abandonaron para abrir negocios y tiendas de antigüedades en la zona lindera al Mercado en cuestión; muchos de ellos en forma asociada entre varios participantes o ex participantes.

Con respecto al otro sector o grupo de población de esta primera distinción, es decir, el sector que comprende a los productores de objetos o artesanos, allí es posible visualizar otro tipo de proceso de conquista de ciudadanía propiciado por esta inclusión en el sistema de ferias en tanto destaque de la política cultural hacia el sector.

Este grupo presenta otra complejidad que se desprende justamente del hecho de ser una población que por su tipo de oficio de producción de objetos utilitarios o decorativos de modo artesanal y manual, si pertenece o tiene una vinculación previa y directa con el mundo de la cultura. Los artesanos en general representan un gran aspecto de la cultura y de la vida cultural de una ciudad, de una nación.

Claro que esta representación de la cultura que constituyen, ha ido variando, creciendo y modificándose al calor de los debates y conceptualizaciones en torno a la cuestión del “patrimonio cultural” y de la identidad cultural que reviste el tema artesanal. En ese sentido es preciso advertir que dicho debate ha cambiado desde una concepción patrimonial / tradicionalista hacia una visión que en la actualidad admite y promueve la artesanía urbana y contemporánea pasando así de la visión tradicionalista a una versión culturalista, que es la que mayoritariamente encontramos en el presente de la cuestión.

No obstante y en lo que aquí nos interesa, a los fines de poder precisar la peculiaridad de la ciudadanía cultural en juego en el caso de este sector, nos referiremos a los artesanos que participan de las ferias culturales reguladas por la Secretaría de Cultura, ya que existen efectivamente (como es muy prototípico del sector) muchos artesanos que no participan de ferias y otros que pululan con sus producciones de modo nómada y variado en distintos espacios públicos y concurridos de la ciudad.

Como ya dijimos en apartados anteriores, en la ciudad de Rosario, el estallido de la actividad ferial, incluida la artesanal, va a producirse después del 2001, el cual deberemos brevemente repasar para introducirnos con mayor rigor en la cuestión a plantear aquí.

Desde el punto de vista normativo hasta el año 2000, solo existían en la ciudad dos ordenanzas municipales del año 1985 y 1994, que legalizaban y respaldaban las actividades del Mercado de Pulgas del Bajo y de la Feria de Verano de “La Florida”, respectivamente. A partir del nuevo milenio y al compás del estallido ferial, van a producirse entre el 2000 y el 2003 – de forma desordenada y superpuesta - no menos de cinco nuevas normativas (ordenanzas) para las diferentes ferias que surgieron en ese periodo, como primer medida “protectora” de respaldo y legitimación de su actividad.

Por su parte, desde el Estado local recién en el año 2004 se va a crear un área específica de ferias que permanecerá a cargo de la Dirección de Descentralización Cultural de la Secretaría, hasta el año 2008. Hacia fines de ese año y en el marco del recambio de autoridades locales (aunque del mismo signo político, que gobierna la ciudad desde la década de los

90) el área de ferias va a pasar a formar parte directamente de la Subsecretaría de Cultura y Educación; proceso que aceleró entre otras cosas, nuestra inclusión en la coordinación del área, que data desde el primer día del año 2009.

De los casi tres años que llevamos de trabajo en el área y en referencia específica a la cuestión del tipo ciudadanía conquistada por el sector artesanal involucrado con las ferias culturales, vamos a destacar aquí principalmente al proceso mediante el cual fue sancionada en el año 2010, una nueva normativa de regulación de ferias artesanales en la ciudad de Rosario, a partir de la cual se reorganizará y reordenará todo el funcionamiento del sistema de ferias en cuestión.

Entre los antecedentes principales o determinantes para el surgimiento de un nuevo marco legal regulatorio de ferias artesanales/culturales en la ciudad podemos citar a:

1. La obsolescencia de las normativas anteriores en relación a la superposición de ideas y conceptos contenidos en las mismas como así también en relación a los cambios e innovaciones acaecidas en los procedimientos y técnicas artesanales.
2. El incremento del mercado informal, venta ambulante y reventa de pequeños objetos industrializados e importados (creciente y masiva importación de productos Made in China) en los predios feriales, lo que es vivido en el sector como una gran amenaza a su labor.
3. El crecimiento de la participación (política) del sector artesanal en el diseño de las políticas dirigidas al mismo.

Estos tres puntos citados aquí fueron los que efectivamente colaboraron

para el proceso de creación de la ordenanza municipal n° 8682 que se inició en el año 2009 y consiguió su sanción en el mes de noviembre de 2010.

Dicha normativa en adelante será de aplicación a todas las ferias de artesanías, manualidades y arte popular que dependen de la Secretaría de Cultura y Educación.

Con respecto al espíritu de la misma y en virtud de los antecedentes que citamos aquí podemos decir que su aparición tuvo que ver con llenar un vacío legal respecto a dos aspectos centrales: en primer término con relación a la propia definición de artesanías y artesanos, y en segundo lugar estipulando derechos y obligaciones de los actores involucrados (Estado Local en sus diferentes reparticiones y artesanos pertenecientes al sistema de ferias artesanales). Asimismo otro de sus aportes fundamentales fue la ampliación de la plataforma de participación política del sector artesanal, mediante el establecimiento de una Mesa de Interferias.

Es para destacar, que dicho procedimiento fue impulsado en la misma proporción por el HCM (Honorable Concejo Municipal) y los actores directamente involucrados, es decir, por los artesanos feriantes y por el área de ferias de la Secretaría de Cultura y Educación en el marco de la elaboración en conjunto de una nueva estrategia de regulación de la actividad artesanal de las ferias pertenecientes a la Secretaría de Cultura y Educación del municipio acorde a las necesidades y problemas del presente.

Asimismo, ese activismo propulsado por todos los actores involucrados en función de sus intereses en juego, en el caso de los artesanos pro-

movió el surgimiento de un proceso de participación técnica y política inédito hasta ese momento.

Dicho proceso como ya adelantamos en los párrafos precedentes, derivó en la creación (mediante el Art.º 4 de la 8682/ 2010) de un nuevo órgano deliberativo y con algunas facultades ejecutivas que en adelante acompañará la coordinación de ferias llamado Mesa de Interferias, la cual está integrada por un (1) delegado de cada feria artesanal, dos (2) representantes de la Secretaría de Cultura y Educación y dos (2) representantes del Concejo Municipal de Rosario.

El funcionamiento de dicha Mesa de Interferias comenzó días después de la sanción de la ordenanza, con una participación del cien por ciento de las ferias involucradas que son un total de ocho, las cuales debieron de escoger un representante de cada una para integrar dicho espacio. Entre las principales acciones ejecutadas desde allí y hasta el momento, contamos con la propia elaboración y aprobación del Anexo I de la nueva ordenanza y/o reglamento de definiciones y fiscalización de artesanías de la ciudad de Rosari<sup>22</sup>, más la aprobación de los estatutos de funcionamiento internos de cada una de las ferias participantes.

Así, la institucionalización o formalización de la participación de los artesanos en los espacios de toma de decisiones mediante su integración a esta Mesa, sumado al tipo de debates sostenidos allí que como vimos, han ido desde la propia conceptualización de lo que define al sector, es decir de “artesanía” y todos sus derivados, hasta la aprobación de los estatutos de funcionamiento internos de cada feria en acogidos a partir de ahora a la nueva normativa, propició un tipo de ejercicio de

ciudadanía especial y como vimos inédito para el sector en cuestión.

En efecto si pensamos a la Mesa de Interferias en términos políticos, podemos observar no sólo un proceso de democratización del Estado en virtud de la incorporación inminente de los actores directamente involucrados al diseño de las políticas dirigidas al sector, sino también es posible visualizar allí, el crecimiento precisamente político que ha tenido el sector artesanal a partir de la institucionalización de este espacio al interior del Estado.

Decididamente, el tipo de ciudadanía cultural conquistada por el sector artesanal incluido en las ferias “Muy Rosarinas” tiene que ver con este proceso de ampliación en términos políticos de su quehacer (artesanal), el cual fue activado por esta incorporación a los espacios consultivos y decisorios acerca de la cuestión, que funcionan al interior del Estado. En ese sentido es que vemos a la Mesa de Interferias como una plataforma de construcción política y de ciudadanía cultural muy rica.

Por último, cabe no menos que plantear aquí en relación a estas dos formas de empoderamiento vía la participación en proyectos culturales y desde luego comerciales que vimos, la pregunta en relación a si las prácticas político culturales habilitadas a partir de estos procesos van en sentido de la democratización social o si en su defecto, tienden a reproducir esquemas de fragmentación y parcelación social.

En ese sentido y en el marco de esta auspiciosa democratización del Estado que transitamos, esta pregunta es la que definitivamente colabora en la organización de nuestra tarea en vistas a la multiplicación y preservación de dicha democratización en curso.

## A MODO DE CONCLUSIÓN: LA PRODUCCIÓN DE OBJETOS CULTURALES COMO RECURSO POLÍTICO. LA EXPERIENCIA DE UN TALLER SINGULAR DE PRODUCCIÓN DE OBJETOS ARTESANALES

En el apartado anterior, al tratar específicamente el tema del tipo de ciudadanía cultural propiciada por los procesos de inclusión en las ferias culturales del sector artesanal en la ciudad de Rosario, hicimos especial hincapié en el proceso de participación de dicho sector en la construcción de una nueva ley que proteja y regule la actividad artesanal y ferial.

No obstante y para poder concluir este trabajo, queremos incluir otro aspecto que mencionamos al pasar pero que sin duda es decisivo para el goce de derechos y ciudadanía cultural.

Nos referimos aquí a la propia producción de objetos culturales como momento fundamental para el acceso, la permanencia y el ejercicio de ciudadanía cultural y en ese sentido, como recurso político.

Para tratar este asunto, vamos a desplazar el foco del sector artesanal del que venimos hablando, en tanto sector consolidado en torno a esta idea de productores culturales, hacia otra experiencia singular y acotada de producción de objetos culturales y bellos llevada adelante junto a un grupo de personas internadas en una Colonia Psiquiátrica; la cual da cuenta del proceso de elección o iniciación en la actividad artesanal en tanto opción real para moverse o salirse de los márgenes, es decir, para transformar la condición de marginalidad.

El proyecto “POPI” (acrónimo de producción de objetos para el intercambio) fue un proyecto de taller grupal de producción artesanal de objetos bellos para

vender e intercambiar en el mercado y funcionó dentro del Área Cultural de una institución estatal de la Provincia de Santa Fe, la Colonia Psiquiátrica de Oliveros, entre el año 2003 y el 2008 con aproximadamente un grupo de diez (10) personas allí internadas. Entre sus principales objetivos se destacan en primer lugar el intento de auspiciar una inserción social y cultural productiva de los participantes (pacientes del hospital) y en segundo lugar, la promoción de una validación social diferente de los mismos a través de la construcción de una estética propia y singular capaz de poner en juego las capacidades creativas, afectivas, relacionales y competitivas en detrimento de las discapacidades con que son fuertemente nominados los pacientes psiquiátricos llamados “locos”.

Durante su desarrollo, y sin dudas en el marco de esta expansión de la cultura de la que venimos hablando a lo largo de este trabajo, esta experiencia conquistó un insospechado lugar dentro del mundo de la moda y el diseño locales, incluyéndose a través de la comercialización y exhibición de sus productos en importantes tiendas, ferias y los principales museos de arte contemporáneo de la región así como también en revistas específica<sup>23</sup>. En el 2005, obtuvo el primer premio en el LVII Salón Nacional de Diseño Contemporáneo La Capital, realizado en la ciudad de Rosario.

Entre los principales objetos producidos, existieron cuadernos de diferentes tamaños, camisetas con dibujos e inscripciones en alusión a la locura<sup>24</sup>, zapatillas pintadas y bordadas, monederos y carteras. El talante principal de esta línea de productos, es la huella humana constitutiva de los objetos en cuestión; la seriación (en tanto condición primaria de la industrialización) “imposible”: zapatillas bordadas con botones antiguos, cuadernos de tapas pintadas con brochas y

desalineados, fueron consumidos (y elogiados o piropeados) activamente por un público heterogéneo.

En este sentido, vale decir aquí que este proyecto surgió inspirado, simpatizando y dialogando teórico-prácticamente con diversas experiencias de transformación institucionales, principalmente “anti-manicomiales” tales como - y para citar solo algunas - las sucedidas en Italia a fines de los años 70 (Empresa Social) pero también con experiencias que trascienden el ámbito de la Salud y la Salud Mental y se desarrollan en el corazón mismo del mundo de los “asistidos” tales como “COPA- ROCA” RJ, Brasil.)<sup>25</sup> y “ELOISA CARTONERA” (Bs. As., Argentina)<sup>26</sup>. Esta dos últimas, ligadas a la producción de marcas/ cooperativas, estéticas diferentes, una de producción textil en una Favela (conocida como Rocinha) en la ciudad de Río de Janeiro y la otra, una experiencia editorial y de producción de libros con cartoneros en Villa Fiorito, Capital Federal, liderada por un grupo de artistas y escritores contemporáneos.

Definitivamente, el dialogo se ha establecido sobre todo, con aquellas experiencias que vigorosamente se caracterizan por un acotamiento y reconversión de la identidad de “feos, sucios y malos” y/o marginales de sus protagonistas, a partir de la producción para el consumo de bienes culturales.

Al respecto, ELOISA CARTONERA, marca editorial con la cuál circulan entre los más variados consumidores, libros hechos en forma artesanal y manual de fotocopias y cartones provistos por cartoneros; es una experiencia que nació a comienzos del 2003, al calor de las “asambleas barriales”, movimientos sociales y otras formaciones que se vieron y dieron en el país como vimos, pos 2001.

Volviendo entonces a la experiencia POPI, es posible asegurar que la misma tuvo por cometido intentar deconstruir parte de los efectos patológicos, segregatorios y de exclusión que producen las instituciones psiquiátricas “totales” sobre la población que allí se “aloja” y/o es asistida, a partir de su invitación a producir artesanalmente objetos bellos y útiles para luego comercializarlos en el mercado.

Al respecto los objetos allí producidos circularon y todavía circulan bajo esta denominación común POPI, la que se constituyó en término indispensable para la inversión de la condición de marginalidad originaria (pacientes internos de un hospital psiquiátrico público) ya que permitió el surgimiento y formación de un nuevo cuerpo social y colectivo a través de esa firma o marca. Formación entonces de un nuevo cuerpo y firma que pareciera operar como palimpsesto de los sujetos protagonistas de la experiencia, quienes quedarían levemente por detrás, o sutilmente puestos entre paréntesis por el nuevo cuerpo firmante.

Esta idea de poner entre paréntesis, desarrollada por Franco Basaglia<sup>27</sup> a propósito de las experiencias de desmanicomialización en Italia, es otra manera de pensar sobre las tácticas políticas instrumentadas en los procesos de transformación de ciertas realidades sociales. En este sentido, poner entre paréntesis, no significa cristalizar o aislar, sino acotar, limitar, *historizar*. En definitiva, abrir y cerrar un espacio, para continuar reformulando otros posibles, incluso trazando nuevos paréntesis. Por último, también apuntará Basaglia<sup>28</sup>, la idea de poner entre paréntesis no invalida el hecho de que el cuerpo del sujeto protagonista, se vea transformado por su participación en este nuevo cuerpo político.

Por último y en relación a los “efectos” de ésta experiencia es posible plantear al menos dos instancias diferentes.

En primer lugar, en relación al conjunto social, “feliz” e intencionadamente este proyecto consiguió inscribirse activamente en el mundo del arte y de la cultura a través de la difusión y circulación de los objetos producidos allí. Dicha “inscripción” posibilitó, entre muchas otras cosas, que el grupo de pacientes participantes “consiga” un lugar social de reconocimiento público como autores / productores de objetos de diseño contemporáneo, atenuando su visibilidad y presencia en tanto “pacientes psiquiátricos” o simplemente poniéndola por momentos entre paréntesis, tal como referimos recientemente.

Esta conquista nos reenvía directamente a seguir pensando en torno a al tipo de actividad que permite ese pasaje de la condición de excluidos a la condición de – no diría incluidos- pero sí de productores o productivos. Definitivamente la incursión u elección de la práctica artística y artesanal ha colaborado profundamente en el tránsito de una condición a otra so pena de que dicho pasaje sea provisorio, frágil, móvil e intermitente.

Como sea que podamos nombrar este proceso, vislumbramos que el goce de dichos derechos recoloca a los protagonistas de estas experiencias en una nueva posición desde la cual ofrecer sus producciones y participar en el intercambio social más general. Dicho de otro modo, intuimos que es posible ubicar o señalar la potencia política del hacer cultural en este tipo de experiencias que sirviéndose de la práctica plenamente artística y artesanal logran visibilizar sus realidades opacadas y opacas a la vez que restituyen a sus protagonistas el derecho a la participación social y económica activa mediada por un juicio estético positivo de sus producciones, perturbando la mirada despectiva, caritativa e infantil-

zante de la que son objeto los pacientes psiquiátricos.

En segundo lugar, sin embargo, puertas adentro de la institución de pertenencia, el mismo grupo de pacientes / participantes no ha podido conquistar muchas otras "nuevas" formas de reconocimiento, en el sentido de (y en el marco del) discurso de la psiquiatría, predominante en la estructuración de las prestaciones de dicha institución. Y si bien no es este el tema principal de estas reflexiones, siempre es bueno saber que hay ciertos poderes que ni la más amplia de las extensiones culturales consigue derribar o al menos asediar.

No obstante este límite encontrado hacia adentro de una institución toda organizada en torno al saber médico-psiquiátrico hegemónico, debiera servirnos para profundizar aún más, una mirada crítica en torno a la idea de la cultura como recurso. En otras palabras, cabe aquí preguntarnos acerca de qué tipo de poder ejerce la cultura en la reconstrucción de la comunidad.

Para concluir, quiero citar un extracto de un texto maravilloso del año 71 de Clarice Lispector<sup>29</sup>, titulado "Conversación medio en serio con Tom Jobim (III)"

- *Gauguin, que no es mi preferido, dijo una cosa que no se debe olvidar, por más dolor que nos provoque. Es lo siguiente: "Cuando su mano derecha sea hábil, pinte con la izquierda, cuando la izquierda se ponga hábil, pinte con los pies". Responde esto a tu terror del savoir-faire?*

- *Para mí la habilidad es muy útil pero en última instancia la habilidad es inútil. Solo la creación satisface. Verdad o mentira, prefiero una forma defectuosa que exprese a una forma hábil que no exprese.*

## Bibliografía

BASAGLIA, Franco. *Escritos Seleccionados em saúde mental e reforma psiquiátric*. Org.: AMARANTE, Paulo, Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

BLEICHMAR, Silvia. *Dolor País*, Buenos Aires: Libros del Zorzal, 2002.

CARDINI, Laura. *La puesta en valor de las artesanías en Rosario: Pistas sobre su "aparición" patrimonial*. Cuadernos de antropología social N° 21, La Plata: 2005.

CORIAT, Benjamin. *El taller y el cronómetro. Ensayo sobre El Taylorismo, El Fordismo y la producción en masa*. Ed. Siglo XXI, Madrid: 1993.

CUCURTO, Washington. *El tractor y otros poemas urgentes*, Eloisa Cartonera, Buenos Aires: 2010.

DE CERTAU, Michel. *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, en Nueva edición, establecida y presentada por Luce girard-traducción Alejandro Pescador, Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 1979.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos*. México: Editorial Grijalbo, 1995.

\_\_\_\_\_, *La sociedad sin relato: Antropología y estética de la inminencia*; Madrid: Katz Editores, 2010.

GUATTARI, Félix y ROLNIK, Suely. *Micropolítica, Cartografías del deseo*, colección Nocións Comunes, Ed. Tinta Limón, Bs. As, 2005.

LISPECTOR, Clarice. *Revelación de un mundo*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2005.

YÚDICE, George. *El recurso de la cultura. Usos de la Cultura en la era global*; Barcelona: Editorial Gedisa S.A., 2002.

## Documentos

### Ordenanzas N°:

5.377/ 1992. Creación de Feria de textos usados Plaza Sarmiento

3.845/1985. Creación del "Mercado de Pulgas del Bajo"

7.102/2000. Creación de Feria Cultural “Parque Alem”

7.427/ 2002. Creación de Feria del Bulevar

7.500/ 2003. Creación de la Feria Artesanal de la Plaza Montenegro

8.682 / 2010. Regulación del funcionamiento de las Ferias Artesanales

#### Decretos N°

864/ 2002 Creación del Mercado Retro La Huella

1.823/ 2002. Creación de Feria El Roperito

1.774/ 2002. Creación de la Feria Cultural Parque Norte

22.735/ 2003. Creación de la Feria Cultural “Paños al Piso”

#### **Documentos electrónicos**

ELOISA CARTONERA. Cooperativa editorial latinoamericana. Disponible En: <<http://www.eloisacartera.com.ar/historia.html>>

PRIMAVERA ROSARINA por VARSAVSKY, Julián. En Suplemento Turismo del diario Página 12, de fecha 10 de octubre de 2011. Disponible En: <<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2168-2011-10-09.html>>

Experiencia COPA ROCA. Disponible En: blog <<http://teresa-diversidad.blogspot.com/2007/08/diseos-que-subyugan-en-las-pasarelas.htm>>

---

<sup>1</sup> Licenciada en Trabajo Social por la Universidad Nacional de Rosario, Argentina y Artista Plástica. Maestranda de la Maestría en estudios Culturales del Centro de Estudios Interdisciplinarios de la Universidad Nacional de Rosario.

<sup>2</sup> YÚDICE, George, *El recurso de la cultura. Usos de la Cultura en la era global*; Editorial Gedisa S.A. Barcelona, 2002.

<sup>3</sup> YÚDICE, George, *El recurso de la cultura. Usos de la Cultura en la era global*; Barcelona, Editorial Gedisa S.A. 2002.

<sup>4</sup> Op.Cit. Pág. 23

<sup>5</sup> GARCÍA CANCLINI, Néstor, *La sociedad sin relato: Antropología y estética de la inminencia*; Madrid, Katz Editores 2010.

<sup>6</sup> CORIAT, Benjamin, *El taller y el cronómetro. Ensayo sobre El Taylorismo, El Fordismo y la producción en masa*. Madrid, Ed. Siglo XXI, 1993.

<sup>7</sup> YÚDICE, George, *El recurso de la cultura. Usos de la Cultura en la era global*; Editorial Gedisa S.A. Barcelona, 2002. Pág. 25.

<sup>8</sup> Op. Cit. Pág. 27.

<sup>9</sup> Mercado de Pulgas del Bajo y Ferias de Libros usados Plaza Sarmiento, son los nombres propios y también de fantasía de las ferias más antiguas de la ciudad de Rosario.

<sup>10</sup> BLEICHMAR, Silvia, *Dolor País*, Libros del Zorzal, Buenos Aires 2002.

<sup>11</sup> VARSAVSKY, Julián, *Primavera rosarina* en Suplemento Turismo del diario Página 12, de fecha 10 de octubre de 2011, disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2168-2011-10-09.html>

<sup>12</sup> En referencia al día domingo 10 de octubre de 2011.

<sup>13</sup> El barrio “Pichincha” fue básicamente una zona prostibularia y de intenso tránsito y recepción de inmigrantes, en contacto directo con la actividad portuaria y ferroviaria principal en la época, por lo cual concentra un conglomerado arquitectónico muy rico y diverso a la vez que un sinfín de historias míticas que operan como grandes narrativas identitarias de la bohemia de esta ciudad; en efecto el desarrollo de Rosario en esa época y en esa zona, hizo que esta ciudad fuese apodada “La Chicago argentina” en honor a los “mafiosos” italianos, españoles y criollos que lideraban redes de tráfico y trata de personas. Lo que nos interesa destacar principalmente aquí no es la cuestión historiográfica, sino la cuestión mítica fundante que opera hasta la actualidad en la memoria colectiva de Rosario.

<sup>14</sup> Fragmento de entrevista realizada a Marcelo Romeu, ex Secretario de Cultura de la Municipalidad de Rosario periodo 1998/ 2003, actual Secretario General del Ministerio de Innovación y Cultura de la Provincia de Santa Fe, Rosario, septiembre de 2011.

<sup>15</sup> Op. Cit.

<sup>16</sup> Fragmento de entrevista realizada al artista plástico Dante Taparelli en VARSAVSKY, JULIÁN *Primavera rosarina* en Suplemento Turismo del diario Página 12, de fecha 10 de octubre de 2011, disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2168-2011-10-09.html>

<sup>17</sup> BLEICHMAR, Silvia, Dolor País, Libros del Zorzal, Buenos Aires, 2002. P. 77.

<sup>18</sup> Op. Cit. Pág. 10

<sup>19</sup> APPADURAI, Arjun, *La vida social de las cosas citada por CARDINI, Laura, La puesta en valor de las artesanías en Rosario: Pistas sobre su "aparición" patrimonial*. Cuadernos de antropología social N° 21, La Plata, 2005. P. 17

<sup>20</sup> Fragmento de entrevista realizada a participante de la feria El Roperito, Rosario, agosto de 2011.

<sup>21</sup> Fragmento de entrevista realizada a participante de la feria El Roperito, Rosario, septiembre de 2011.

<sup>22</sup> Cabe destacar que hasta la creación de dicho reglamento en adelante propio, en la ciudad de Rosario nos manejábamos con reglamentos elaborados en otras ciudades y/o países, en los que se definían con precisión las artesanías así como los rubros que estas organizan.

<sup>23</sup> Entre ellas Tienda Puro Diseño en pleno corazón de Recoleta y Palermo, y Museos de Arte Contemporáneo Rosario y MALBA de Buenos Aires; revista Elle y revista Barzón.

<sup>24</sup> La frase privilegiada, atribuida al músico Caetano Veloso es "de cerca nadie es normal".

<sup>25</sup> Para más información:  
<http://teresa-diversidad.blogspot.com/2007/08/diseos-que-subyugan-en-las-pasarelas.html>

<sup>26</sup> Para más información visitar el sitio:  
[www.eloisacartera.com](http://www.eloisacartera.com)

<sup>27</sup> BASAGLIA Franco, *Escritos Seleccionados em saude mental e reforma psiquiátrica*. Org.: AMARANTE, Garmond, Rio de Janeiro, 2005. P. 126

<sup>28</sup> Op. Cit. P.128

<sup>29</sup> LISPECTOR Clarice, *Revelación de un mundo*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires 2005

Contato:

María Virginia Massau  
[virginiamasau@gmail.com](mailto:virginiamasau@gmail.com)

## **Economia criativa: análise setorial**

## **Economía creativa: análisis sectorial**

## **Creative economy: sectorial analysis**

**Dr<sup>a</sup> Alessandra Meleiro<sup>1</sup>**

**Fábio Fonseca<sup>2</sup>**

### **Palavras chave:**

Economia criativa

Cadeias produtivas

Cidades criativas

### **Resumo:**

A economia criativa tem sido compreendida como uma potencial alavanca para o desenvolvimento de muitas nações, sendo que mais de 60 países já realizam procedimentos sistemáticos de mapeamento do seu setor criativo. Em estágio mais amadurecido encontram-se os países desenvolvidos, notadamente os Estados Unidos, as principais economias européias – com destaque para o Reino Unido - e a Austrália. Porém, mesmo estes ainda vislumbram as perspectivas de expansão do setor, inserindo o tema estrategicamente com papel de destaque em suas agendas econômicas.

Países emergentes e em desenvolvimento conseguem ter participações expressivas em áreas específicas. Porém há um vasto território inexplorado de possibilidades, que devem ser objeto de políticas públicas, concebidas e implementadas num ambiente de cooperação internacional, especialmente a chamada Cooperação Sul-Sul.

**Resumen:**

La economía creativa ha sido comprendida como una potencial herramienta para el desarrollo de muchas naciones, por lo que más de 60 países ya han realizado procedimientos sistemáticos de investigación de su sector creativo. En procesos más avanzados se encuentran los países desarrollados, especialmente Estados Unidos, las principales economías europeas – con destaque para Reino Unido – y Australia. Sin embargo, estos países también siguen buscando nuevas perspectivas de expansión del sector, incluyendo el tema estratégicamente con detaque en sus agendas económicas.

Los países emergentes y en desarrollo tienen participaciones significativas en áreas específicas. Pero todavía hay un amplio territorio inexplorado de posibilidades que deben ser objeto de políticas públicas, formuladas e implementadas en un ambiente de cooperación internacional, especialmente en la llamada Cooperación Sur-Sur.

**Palabras clave:**

Economía creativa  
Cadenas productivas  
Ciudades creativas

**Key words:**

Creative economy  
Productive chains  
Creative cities

**Abstract:**

Creative economy has been understood as a potential trigger for the development of many nations as more than 60 countries have already implemented systematic mapping of their creative sector. Some countries are already in a more developed stage. The USA, Australia and the main economies in the European community are part of this group, mainly the UK. However, even those countries can foresee some possibilities of growth by including the topic strategically and as a priority in their agendas.

Emerging and developing countries can have an expressive participation in specific areas, although there is a wide range of possibilities remain unexploited. They should be the target of political action, conceived and implemented with international cooperation; like the so-called South-South Cooperation (Cooperação Sul-Sul).

## Economia Criativa: análise setorial

### 1. UMA VISÃO GLOBAL

O mercado global de bens e serviços oriundos da economia criativa tem experimentado nos últimos anos um crescimento sem precedentes<sup>3</sup>. O valor das exportações anuais desse segmento alcançou US\$ 592 bilhões em 2008, o que representa um crescimento médio anual de 14% no período de 2002-2008. Segundo a UNCTAD, as indústrias criativas são um dos setores mais dinâmicos do comércio internacional e a demanda global para os produtos criativos continuou crescendo, apesar da crise financeira e da recessão global de 2008.

De acordo com a UNESCO<sup>4</sup>, o comércio de bens criativos aumentou de US\$ 205 para US\$ 407 bilhões em 2008, com crescimento médio de 11.5% no período 2002-2008, praticamente dobrando de valor em seis anos.

A economia criativa tem sido compreendida como uma potencial alavanca para o desenvolvimento de muitas nações, sendo que mais de 60 países já realizam procedimentos sistemáticos de mapeamento do seu setor criativo<sup>5</sup>. Em estágio mais amadurecido encontram-se os países desenvolvidos, notadamente os Estados Unidos, as principais economias européias – com destaque para o Reino Unido – e a Austrália. Porém, mesmo estes ainda vislumbram as perspectivas de expansão do setor, inserindo o tema estrategicamente com papel de destaque em suas agendas econômicas.

Países emergentes e em desenvolvimento conseguem ter participações expressivas em áreas específicas.

Porém há um vasto território inexplorado de possibilidades, que devem ser objeto de políticas públicas, concebidas e implementadas num ambiente de cooperação internacional, especialmente a chamada Cooperação Sul-Sul.

Muitos fatores contribuíram para a formação de um cenário favorável à chamada sociedade do conhecimento, onde a economia criativa encontra solo fértil: (a) o fenômeno China, cuja capacidade de produção industrial se impõe implacavelmente diante de todo o planeta, esvaziando ou mesmo inviabilizando a indústria de base tradicional de muitos países, até mesmo países desenvolvidos; (b) o desenvolvimento tecnológico, notadamente o das tecnologias de comunicação, com destaque para a internet, que promove distribuição democrática de informação, diminuindo as distâncias globais, inclusive mitigando barreiras culturais; (c) a inserção definitiva do meio ambiente na agenda internacional, promovendo a conscientização para o desenvolvimento sustentável, a partir de mudanças de paradigmas de desenvolvimento.

A esses fatores, adiciona-se o respaldo proporcionado por marcos regulatórios internacionais. O principal deles é o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, mais conhecido como Acordo TRIPS<sup>6</sup>. Ele dispõe sobre a aplicabilidade dos princípios básicos do GATT<sup>7</sup> e dos acordos internacionais sobre propriedade intelectual; estabelece os parâmetros gerais sobre os direitos de propriedade intelectual considerados adequados; prevê medidas para fazer cumprir aqueles direitos; e cria mecanismos para a solução multilateral de controvérsias. Ainda que não haja unanimidade dos países em torno do documento, é inegável que se constitui numa base regulatória que pavimenta a estrada para a circulação de bens de natureza intelectual.

## 1.1 A UNIÃO EUROPÉIA

A União Européia tem dedicado um expressivo espaço ao tema, sendo que congrega agências de desenvolvimento do setor criativo de praticamente todos os seus afiliados. Entre estes, são realizados dezenas de eventos anuais, entre seminários, congressos, workshops etc., relacionados ao setor. Além destas, outras tantas agências culturais e conselhos de arte e patrimônio histórico e cultural se voltam para a economia criativa. Em 2006, foi publicado o relatório *The Economy of Culture in Europe*<sup>8</sup>, provavelmente o estudo mais denso já realizado neste campo. Segundo o documento, a economia da cultura era responsável por 2,6% do PIB regional e 3,1% dos postos de trabalho nos 25 países que compunham a Comunidade Européia. Para se ter uma idéia da dimensão dessa contribuição, a produção de químicos, borracha e plástico (componentes essenciais da indústria de base) contribui com 2,3% e a produção de alimentos, bebidas e fumo participa com 1,9% do PIB macrorregional<sup>9</sup>. A pesquisa está sendo atualizada, com inclusão dos novos membros da comunidade.

O *Creative Economy Report*, trabalho de pesquisa organizado pela UNCTAD e pelo PNUD, foi lançado durante a XII Conferência da UNCTAD, realizada em Accra (Gana), em abril de 2008. O documento, que contém um mapeamento do cenário global da economia criativa, aponta alguns dados impressionantes sobre o crescimento dessa economia no velho continente:

The so-called 'creative cities' are proliferating in Europe and North America, revitalizing the economy of urban centres through cultural and social developments offering attractive Jobs, particularly to young people. The turnover of the European creative industries amounted to 654 billion euros in 2003, growing 12.3 per cent faster than the overall economy of the European Union and employing over 5.6 million people.<sup>10</sup>

Um exemplo muito expressivo vem da Dinamarca. Sua economia criativa é responsável por 5,3% do PIB nacional, representando 16% das exportações e contribuindo com a geração de empregos para 12% dos trabalhadores.<sup>11</sup>

### Participação dos Setores Culturais e Criativos nos PIBs de Países Europeus selecionados

PAÍSES / SETORES	ALEMANHA	ESPANHA	FRANÇA	REINO UNIDO	ITÁLIA
<b>Culturais e Criativos</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>	<b>2,3</b>
Alimentos, Bebidas e Fumo	1,6	2,2	1,9	1,9	1,5
Têxtil e Confecções	0,3	0,7	0,4	0,4	1,3
Químicos e Fibras Sintéticas	1,9	1,3	1,6	1,4	1,2
Máquinas e Equipamentos	2,8	1,0	1,0	1,0	2,1
Computadores e Bens Relacionados	1,4	2,3	1,3	2,7	1,2
Imobiliário	2,6	3,0	1,8	2,1	1,0

Fonte: Eurostat e Amadeus - The Economy of Culture in Europe, Comissão Européia (2006)

## 1.2 REINO UNIDO - UM CASO ESPECIAL

O Reino Unido foi provavelmente quem mais cedo se mobilizou em prol do setor e, por iniciativa pioneira do *Labour Party*, incluiu a economia criativa em sua plataforma política visando às eleições de 1997. Não apenas incluiu o tema no programa como efetivamente levou-o a termo. Lá, onde existe um ministério dedicado ao tema<sup>12</sup>, o crescimento médio das indústrias criativas foi de 5% ao ano, superior aos 3% do restante da economia. Segundo a UNCTAD<sup>13</sup>,

employment growth was also substantial. In the United Kingdom, employment grew approximately twice as fast in the creative sector as elsewhere over the last decade, while in the cultural sector of Europe as a whole, the average number of employed persons grew about 3 to 5 per cent annually in the period from 1995 to 2000, with significantly higher rates of growth in some countries, pointing again to generally stronger employment growth in the creative industries than elsewhere in the economy.

Trata-se de uma extraordinária experiência de mobilização da sociedade civil, capitaneada pelo poder público. Foi formada uma rede sólida envolvendo o estado, a universidade, agentes financeiros, empresários, empreendedores e profissionais criativos, em torno da qual se construiu uma estrutura de incentivo ao fortalecimento dessa economia. Como resultado, vemos o “boom” do cinema britânico, o sucesso de seus incontáveis festivais, potencializando o turismo, a presença forte de seus músicos na cena internacional, o fabuloso desenvolvimento no campo de design e da arquitetura, o vigor sem precedentes do seu mercado editorial<sup>14</sup>, entre diversas outras áreas.

É notável o processo de regeneração urbana e de desenvolvimento de várias cidades que apostaram e investiram no setor, principalmente aquelas que sofreram o esva-

ziamento econômico pela perda de competitividade para a indústria chinesa. Cidades como Manchester, Liverpool, Sheffield, Halifax, Barnsley, Huddersfield, entre outras, são exemplos impressionantes desse fenômeno. Elas se reinventaram e, como consequência, estão sendo redescobertas.

É comum a todas elas a existência de um edifício dedicado ao abrigo de agências de desenvolvimento local de indústrias criativas, comportando atividades de pesquisa, financiamento, fomento, treinamento e formação de profissionais em diversas áreas e incubação de negócios. Os espaços contam ainda com uma estrutura aberta ao público em geral para a fruição de obras de arte, cinema, teatro e café, com uma agradável atmosfera de cultura e entretenimento. O edifício pode ser uma indústria desativada, cujas instalações passaram por uma profunda renovação e adaptação para o novo programa arquitetônico; pode ser uma arquitetura nova, moderna e conceitualmente arrojada; ou ainda uma fusão entre as duas primeiras situações. O fato é que tais edifícios – os *Iconic Buildings*, como são chamados pelos britânicos – trazem concretude ao conceito de economia criativa, pois são acessíveis e freqüentados pela população, aumentando o nível de adesão local a esse processo de reinvenção econômica.

Nesses ambientes convivem artistas plásticos, músicos, escritores, desenvolvedores de games e softwares, videomakers, designers, diretores de cinema e teatro, promotores culturais e empreendedores criativos em geral. E não apenas esses, mas também outros atores importantes da cadeia econômica, tais como empresários e agentes de financiamento. É muito interessante considerar que tais locais são, ao mesmo tempo, pontos de *convergência*, uma vez que seu forte valor de referência atrai os indivíduos alinhados ao processo criativo, e de *irradiação*, pois dali resultam produtos, projetos, atividades etc., que se espalham por toda a cidade.

Edifícios Icônicos – Reino Unido



Showroom Cinema - Sheffield / UK



The Yorkshire Artspace - Sheffield / UK



Woodend Creative Workspace - Scarborough Region / UK

## OCDE – Estimativas de Emprego Cultural em Algumas Cidades

Cidade	Ano de referência	População (milhões)	População da cidade em relação à população nacional (%)	Emprego na cidade na área de cultura (x1000)	Participação da cidade no emprego na área cultural nacional(%)
Londres	2002	7371	12,4	525	23,8
Montreal	2003	2371	7,4	98	16,4
Nova York	2002	8107	2,8	309	8,9
Paris	2003	11130	18,5	113	45,4

Fonte: OCDE – International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture

A capital inglesa, Londres, é o maior exemplo desse processo: as indústrias criativas representam o segundo maior setor na economia londrina, empregando diretamente mais de 500 mil pessoas<sup>15</sup>. Entre 1995 e 2001, o setor cresceu mais rapidamente do que qualquer outro, à exceção do tradicional setor financeiro e de negócios, contabilizando entre 20% e 25% do crescimento do emprego neste período<sup>16</sup>.

### 1.3 CIDADES CRIATIVAS

Um aspecto importante a ser considerado é que parece haver um entendimento consolidado em todo o mundo de que é o ambiente urbano o mais propício ao desenvolvimento da economia criativa, seja pelo perfil multi-étnico, pela convivência ativa de diferentes grupos e comunidades, pela convergência de culturas e saberes oriundos de outras áreas nacionais, pela maior disponibilidade de tecnologias, entre outros fatores que não se fazem presentes expressivamente em ambientes rurais.

Desde 2004, a UNESCO promove a rede Cidades Criativas, que congrega cidades de diversas regiões que se integram num processo de intercâmbio, troca de experiências e difusão de melhores práticas, com vistas ao desenvolvimento pela conversão de seus potenciais criativos em promoção econômica. Elas estão inseridas

em sete categorias pré-estabelecidas, as quais servem para melhor estabelecer os focos de atenção para seus esforços.

De maneira surpreendente, não figura ainda na lista da UNESCO<sup>17</sup> a cidade de Londres, cuja economia criativa emprega um em cada cinco trabalhadores londrinos e responde por impressionantes £11,4 bilhões de contribuição para a balança comercial do Reino Unido, razão pela qual o governo pretende transformá-la no centro criativo do mundo. Outra ausência notável é a de Amsterdã. As indústrias criativas empregam 7% dos trabalhadores e representam 4,5% do PIB da capital holandesa.<sup>18</sup>



Centro Comercial Campanário - Popayan, Colômbia: Integrante da rede Cidades Criativas, a cidade se redescobre pela gastronomia

Rede Cidades Criativas

Categoria	Cidade	País
Literatura	Edimburgo	Reino Unido
	Iowa City	Estados Unidos
	Melbourne	Austrália
	Dublin	Irlanda
Cinema	Bradford	Reino Unido
Música	Bolonha	Itália
	Ghent	Bélgica
	Glasgow	Reino Unido
	Sevilha	Espanha
Artesanato e Folclore	Aswan	Egito
Design	Kanazawa	Japão
	Santa Fé	Estados Unidos
	Icheon	Coréia
	Berlin	Alemanha
	Buenos Aires	Argentina
	Kobe	Japão
	Montreal	Canadá
	Nagoya	Japão
	Shenzhen	China
	Seul	Coréia
Shagai	China	
Arte Mídia	Lyon	França
Gastronomia	Popayan	Colômbia
	Chengdu	China
	Östersund	Suécia

Fonte: UNESCO

[[http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL\\_ID=36799&URL\\_DO=D O\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=36799&URL_DO=D O_TOPIC&URL_SECTION=201.html)]

### 1.4 AMÉRICA LATINA

A economia criativa na América Latina vem conquistando espaço dentro das suas políticas públicas, dada a crescente compreensão de seu potencial para o desenvolvimento econômico e social. Entidades como o Convênio Andrés Bello, a Organização dos Estados Americanos (OEA), a Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), o Centro Regional para a

Promoção de Livros na América Latina e no Caribe (CERLALC), o PNUD, a UNESCO e a UNCTAD desenvolvem uma série de estudos visando subsidiar programas públicos de desenvolvimento desta economia. Alguns desses estudos mostram que gradualmente vem crescendo a oferta de dados estatísticos do segmento na região, como consequência de uma maior determinação política dos governos em promover iniciativas no setor. As economias mais desenvolvidas, como Brasil, Argentina, México, Colômbia e Chile, têm concentrado os maiores esforços nos últimos anos, o que vem pouco a pouco se espalhando para os países vizinhos.

A Argentina tem protagonizado um grande incremento de sua indústria do cinema e audiovisual, onde também se inclui a produção publicitária, adotando uma estratégia que tem se mostrado vitoriosa, que contempla o fomento da produção nacional a partir de uma taxa para exibição de produções estrangeiras, com intermediação técnica do INCAA – *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales* – instituição amplamente legitimada pela comunidade cinematográfica local. Não por acaso, a cinematografia e, de modo geral, a indústria do cinema e audiovisual da Argentina atualmente é respeitada em todo o mundo, sendo reconhecida por muitos como a mais importante da América Latina.

Solanas (2008) descreve assim o cenário:

A partir de 2003, a cidade [Buenos Aires] se transformou na meca das produções publicitárias internacionais e a quantidade de licenças de filmagem na via pública que foram tramitadas pelo escritório Buenos Aires Set de Filmagem (Baset) não parou de crescer desde então. De 350 licenças em 2003, o órgão passou a tramitar quase 5.000 em 2006. Um dos fenômenos que impulsionaram esse crescimento foi o dos serviços de produção oferecidos

pelas empresas locais para a realização de projetos estrangeiros, dadas as características edilícias da cidade, que permitem aparentar cenografias européias, às quais se somam os baixos custos de produção e a abundância de técnicos e realizadores qualificados (...)

Nos últimos anos, a produção cinematográfica argentina não somente teve uma importante recuperação, como também superou as marcas históricas de produção, chegando a 69 filmes em 2004, para estabilizar-se na produção média anual de mais de 60 longas-metragens. Fundamentalmente, isso é explicado pela plena vigência da lei de cinema com os fundos necessários para a produção, pela autarquia financeira do Instituto de Cinema (Incaa), pela recuperação econômica, porém também pelo grande potencial de criatividade e recursos humanos que foi sendo formado nos últimos anos.<sup>19</sup>

Sob a condução do Ministério da Cultura da Argentina está em marcha o desenvolvimento do SICSUR – Sistema de Informações Culturais do MERCOSUL – que visa à construção de um *framework* estatístico comum e a disponibilização de dados da economia cultural de Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru e Venezuela<sup>20</sup>. Ainda, neste sentido, cabe lembrar a participação de Buenos Aires na rede Cidades Criativas, da UNESCO, como cidade do design, cujos esforços se voltam para a formação de profissionais em universidades e intercâmbios internacionais.

A Colômbia também tem envidado esforços no sentido de desenvolvimento da economia criativa. O Convênio Andrés Bello tem um papel decisivo, articulando uma rede de treinamento e difusão do setor, além do financiamento a projetos.

A cidade de Popayan foi à primeira cidade gastronômica da rede Cidades Cri-

tivas, da UNESCO, oferecendo um modelo bastante inovador para o seu desenvolvimento, tendo apresentado grandes avanços no sentido de formalizar a sua indústria gastronômica informal. Seja pela facilitação de espaços e outras instalações, pelo estabelecimento de parâmetros obrigatórios de higiene e regulações cabíveis, e publicando e divulgando amplamente sua rede de restaurantes, incluindo os seus menores quiosques de alimentação, Popayan tem revigorado sua economia e aumentado a oferta de emprego e elevação da renda através do suporte a esse setor. A cidade insere-se, assim, num contexto internacional, onde pode compartilhar suas receitas, temperos e rituais. Trata-se de inegável avanço econômico com valorização cultural e elevação de auto-estima dos cidadãos.

O México possui estudos recentes que apontam o crescimento da indústria cultural, medida por sua participação no PIB, atingindo 6,7%<sup>21</sup>, credenciando o setor a uma condição de receber maior atenção das autoridades governamentais. Um programa governamental que vale mencionar nesse sentido é o E-CULTURA<sup>22</sup>, que promove uma rede de instituições e agentes culturais diversos em todo o território nacional, conectando-os digitalmente, de modo a proporcionar a integração, intercâmbio e disponibilização online de um impressionante conteúdo de livros e documentos. Além disso, o E-CULTURA focaliza a conexão entre os atores da economia cultural, cooperando diretamente para a comercialização de produtos e estabelecimentos de negócios no setor.

É ainda notável, no entanto, que os avanços do setor na América Latina foram desiguais. Alguns dos países latino-americanos ainda não fazem medições formais desses impactos, principalmente no Caribe e América Central, sendo exceções honrosas a Jamaica e a Guatemala. Outros já contam com siste-

mas de mensuração dessa economia, porém, as diferentes metodologias aplicadas, com níveis distintos de aprofundamento e refinamento, inviabilizam a conexão e o cruzamento de dados na região. Daí a grande contribuição que se espera do SICSUR, na construção de um framework comum, que permita a comunicação de informações para uma avaliação acurada de sua economia criativa.

O Grupo de Estados da África, Caribe e Pacífico (ACP), entidade ligada à UNESCO, que congrega mais de 80 países, também tem trabalhado nesta direção. Em 2006, foi realizado o primeiro ACP FESTIVAL, em Santo Domingo, na República Dominicana, apresentando as mais diversas formas de manifestação culturais e de economia de lastro criativo no país, que foi precedido por uma reunião de ministros de cultura para a discussão do tema. Ainda é pouco, mas sem dúvida já é um apontamento significativo de que a questão ganha força nas agendas dos países da região.

Veremos o Brasil adiante.

## 1.5 ÁFRICA

Vários países africanos criaram seus organismos nacionais dedicados à economia criativa, como a Nigéria, Gana e o Quênia. Em 2008, por ocasião da 12ª. Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento – a UNCTAD XII – realizada em Gana, foi apresentado o Programa África Criativa, uma iniciativa conjunta entre o Programa das Indústrias Criativas da UNCTAD e a União Africana, visando ao estudo, mapeamento e fomento da economia criativa no continente; na mesma conferência, lançou-se o “*Creative Economy Report*”, mapeamento do cenário global da economia criativa produzido conjuntamente pela UNCTAD e pelo PNUD, densamente enriquecido com dados estatísticos.

A África do Sul, país africano com maior inserção no cenário econômico internacional, tem desenvolvido uma política agressiva de redução das desigualdades entre populações negras e brancas, bem como entre suas regiões. Esse processo, que alguns economistas classificam como política de emparelhamento (ou o *catching up*), incluiu fortemente a economia criativa em sua estratégia de desenvolvimento. A Província de Gauteng, uma das mais importantes e densamente povoadas, tem uma secretaria específica cuidando do segmento e dirigindo projetos de qualificação profissional em áreas como moda e estilo, design, gastronomia, música, cinema e vídeo e turismo cultural.

Em 2003, uma reunião da *ACP Group of States*, realizada no Senegal, foi totalmente dedicada à economia criativa e resultou na elaboração conjunta do *Dakar Plan of Action on the Promotion of ACP Cultures and Cultural Industries*<sup>23</sup>, documento que alinhavou o compromisso dos países membros no sentido de construir uma plataforma para o seu crescimento econômico a partir do setor. O documento previa a cooperação na área de cultura, uma ação conjunta de formulação de políticas culturais regionais, políticas para a preservação do patrimônio cultural, a criação de mecanismos de apoio financeiro para empreendimentos criativos e a criação de uma força tarefa para diminuir o *gap* entre os países membros da ACP e os países desenvolvidos.

## 1.6 ÁSIA / CHINA

São diversas as iniciativas encontradas na Ásia na área de economia criativa. Em 2005, foi realizado um simpósio em Nagaur, na Índia, organizado pela UNESCO, que tinha como objetivo discutir o papel das indústrias criativas e o desenvolvimento, visando especialmente à importância das atividades artísticas e culturais locais. As recomendações extraídas do simpósio, conhecidas como a Iniciativa Jodhpur, pôs

em curso um planejamento para coleta de dados e plano de ações a serem implementados em vários países asiáticos.

Pesquisas recentes sugerem que as atividades inovadoras desenvolvidas naquele continente, particularmente em produção de serviços e indústrias criativas, estão mais fortemente concentradas em *clusters* de alta tecnologia, em cidades inseridas na economia global. O desenvolvimento de tais cidades é claramente influenciado pela atuação de empresas e governos, que também têm criado suas estruturas de ação. Neste sentido, podemos destacar a Índia, a Indonésia e a Malásia, que possuem ministérios e outros órgãos de interesse exclusivo em economia criativa e áreas correlatas.

Em 2009, realizou-se, na capital da Malásia, a *Kuala Lumpur Design Week*, contando com a participação de mais de 500 delegados de todo o mundo. Na ocasião, o presidente da KLDW'09, em seu discurso de abertura, proferiu a seguinte frase: “*vamos nos unir e mostrar para o mundo o que temos; agora é a hora de brilhar como uma nova Malásia e seu novo poder de economia criativa*”. Essa citação expressa, em parte, o entusiasmo e espaço que o setor vem conquistando em diferentes partes do globo.

A própria China, que detém espetacularmente a hegemonia da produção industrial de base tradicional, tem dedicado atenção ao setor. Em 2003, a China lançou um programa piloto envolvendo 35 organizações culturais de nove províncias, visando à compreensão das possibilidades de fortalecimento dessa economia. Nesse sentido, foram lançados, nos últimos anos, quatro centros regionais de economia criativa, sendo dois deles sediados na região de Pequim e dois em Hong Kong. São eles: Daishanzi Art District (Factory 798) – Pequim; Dahuan (Great Circle) – Pequim Jockey Club Creative Arts Centre – Hong Kong e West Kowloon Cultural District – Hong Kong.

O PNUD desempenhou um importante papel na viabilização desses centros, trabalhando em cooperação com autoridades chinesas na construção de sua arquitetura institucional. Fatos como esses mostram que as autoridades daquele país estão atentas ao potencial econômico do setor criativo, e sinalizam certo esgotamento do modelo industrial tradicional.

É interessante notar que os referidos centros situam-se, em números iguais, em Pequim, e em Hong Kong. A primeira cidade, juntamente com Xangai, é uma espécie de catedral da indústria, representando um modelo de desenvolvimento quase esgotado, de pouca ou nenhuma sustentabilidade ambiental, sede governamental de um país que, mesmo antes do regime comunista, já se caracterizava pelo seu fechamento em relação ao restante do mundo, excessivamente apegado às tradições e desconfortável em relação à livre circulação de idéias e de manifestações espontâneas de indivíduos. Hong Kong, ao contrário, há pouco mais de uma década ainda era governada pela Inglaterra, com imprensa livre, hábitos fortemente ocidentalizados, inclusive em relação a consumo de produtos em geral e, entre eles, produtos culturais e de entretenimento. Hong Kong, ou a SAR – *Special Administrative Region*, como é tratada pelo governo – representa uma espécie de ilha ocidental em território chinês e se contrapõe em muitos aspectos à cultura tradicional dominante. E o interessante é que em “ambas as Chinas”, existe de maneira equânime a percepção do valor estratégico da economia criativa, como nos provam os referidos centros. Ainda em relação a Pequim, Chengyu (2008) explica que esta:

resolveu desenvolver as indústrias culturais e criativas de maneira estratégica. Durante o 11º. Plano Quinquenal, Pequim investirá na construção das indústrias culturais e criativas, cujo valor excederá US\$13,3 bilhões em 2010, levando em

conta o atual crescimento médio de 15,1%. Caso se realize, representará mais de 10% do PIB de Pequim.<sup>24</sup>

Xangai, por sua vez, realiza a Expo Xangai. O evento, de proporções monumentais, tem foco na sustentabilidade urbana e inclusão social, onde a economia criativa cruza transversalmente todas as áreas. Em 2006, a cidade realizou uma pesquisa de avaliação do consumo de produtos de natureza criativa; em seu 11º. Plano Quinqüenal, a prefeitura incluiu as indústrias criativas como uma das questões-chave para o desenvolvimento da cidade; em 2007 a prefeitura lançou o documento “*Key Guide for the Development of Creative Industries in Shanghai*”, estabelecendo suas áreas prioritárias de atuação. De acordo com a UNCTAD, as indústrias criativas são responsáveis por 7% do PIB daquela cidade.<sup>25</sup>

### 1.7 BRASIL

No Brasil, a economia criativa vem paulatinamente conquistando seu espaço junto ao setor público e à academia, cada vez mais interessados e conscientes do potencial econômico e social que o setor tem a oferecer. Também começam a se articular entidades setoriais, ONGs, fundações e empresas privadas, profissionais e empreendedores criativos, de maneira geral, se mobilizando em redes de debates e intercâmbio, elaborando e desenvolvendo projetos de pesquisa e de ação.

A insofismável constatação do avanço e do potencial econômico desse setor impõe a devida atenção da sociedade, que tem se organizado, ainda que embrionariamente, para as oportunidades que ele representa. Desde 2009, o Ministério da Cultura incorporou à sua estrutura uma coordenação exclusivamente dedicada à economia da cultura. Documento recentemente emitido pelo Ministério<sup>26</sup> aponta que:

o Brasil tem importantes diferenciais competitivos nesse setor [economia da cultura]: 1. a facilidade de absorção de novas tecnologias; 2. a criatividade e a vocação para inovação; 3. a disponibilidade de profissionais de alto nível em todos os segmentos da produção cultural.

E prossegue:

Atuam no país 320 mil empresas voltadas à produção cultural, que geram 1,6 milhão de empregos formais. Ou seja, as empresas da cultura representam 5,7% do total de empresas do país e são responsáveis por 4% dos postos de trabalho.

(...) O salário médio mensal pago pelo setor da cultura é de 5,1 salários mínimos, equivalente à média da indústria, e 47% superior à média nacional.

Numa ação conjunta entre o Ministério da Cultura e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), foi realizada a pesquisa que gerou o Sistema de Informações e Indicadores Culturais<sup>27</sup> num trabalho pioneiro, visando ao estabelecimento de um quadro estatístico setorial e avaliando o seu peso econômico e social no desenvolvimento brasileiro. Este trabalho é desbravador e deverá ter desdobramentos em etapas futuras, possivelmente com ajustes para o enquadramento no SICSUR – Sistema de Informações Culturais do MERCOSUL. Como dados mais relevantes, podemos destacar que as indústrias culturais à época, empregavam 4% da força de trabalho e representavam 5,2% das empresas brasileiras.

O governo brasileiro tem despertado para o setor em diversas áreas do estado, e não apenas através do Ministério da Cultura. Podemos citar o Ministério do Turismo, que realiza o programa TBC – Turismo de Base Comunitária, em grande parte inspirado em indústrias criativas associadas ao turismo. AABC – Agência Brasileira de Co-

peração, órgão ligado ao Ministério das Relações Exteriores, que possui uma estrutura dedicada à cooperação na área de economia criativa, especialmente com países africanos e da CPLP. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, através de sua Secretaria de Inovação, enviou recentemente uma delegação à Europa, com o objetivo de conhecer de perto as principais experiências de clusters do setor criativo.

Diversas universidades têm aberto áreas de pesquisa em seus programas de graduação e pós-graduação. Como exemplos importantes, temos a USP, a UNICAMP, a UFRJ, a Universidade Cândido Mendes (RJ), a FGV (SP e RJ), a UFPE, UFF e UFBA, entre outras, que têm abrigado pesquisadores e fomentado a publicação de estudos e livros. Nesse particular, temos uma série de publicações que já compõem um pequeno arsenal teórico para embasar as ações, principalmente no setor público. Podemos citar o trabalho de pesquisadores como Ana Carla Fonseca Reis, Fábio Sá Earp, Lídia Goldenstein, Ana Jaguaribe, Paulo Miguez, Luiz Carlos Prestes Filho etc.

Existem iniciativas em andamento em âmbito local. No Rio de Janeiro, por exemplo, está em fase de implantação o Pólo de Economia Criativa do Rio de Janeiro, o chamado PEC RIO. Trata-se de uma ação conjunta entre a Prefeitura, o Governo do Estado, a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO), através do Instituto Gênesis, a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio de Janeiro (SEBRAE/RJ). O PEC RIO será abrigado na zona portuária da cidade, uma área degradada que passa por um processo de regeneração urbana, sendo que o empreendimento é tido como uma peça importante nesse plano de revitalização. Iniciativa semelhante ao PEC RIO se inicia em Recife, sob a coordenação da UFPE.

Os principais atores do PEC RIO contam com áreas exclusivas dedicadas à economia criativa. A FIRJAN, por exemplo, foi a primeira entidade industrial brasileira a criar uma diretoria para o tema. Em 2006, a entidade publicou um trabalho intitulado “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”.<sup>28</sup> Já o Instituto Gênesis, da PUC/RIO, além de uma coordenação exclusiva, promove incubação de negócios de lastro criativo, com ênfase em tecnologia. A Secretaria de Cultura do Estado conta com uma Coordenação de Indústrias Criativas e assim por diante.

Em 2006, o BNDES criou o seu Departamento de Economia da Cultura, que resultou na habilitação do “Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura”<sup>29</sup> ampliando o financiamento para cinco segmentos considerados estratégicos, a saber: mercado editorial e de livrarias, patrimônio cultural, mercado fonográfico, espetáculos ao vivo e audiovisual.

Apesar de programas como esse, ainda é tímida a participação do estado no fomento ao setor, que apresenta uma grande perspectiva de retorno de investimento. Em meados dos anos de 1990, a Fundação João Pinheiro realizou um estudo que apontava que as indústrias culturais eram capazes de gerar 160 postos de trabalho para cada 1 milhão de reais investidos<sup>30</sup>, resultado maior, por exemplo, que a indústria da construção civil e do turismo. Uma pesquisa realizada pela Pricewaterhousecoopers projeta um impressionante salto na economia cultural mundial, que, em 2005, era responsável por U\$1,3 trilhão e deverá atingir U\$1,8 trilhão em 2010, representando uma média de crescimento de 6,6% ao ano.<sup>31</sup>

Algo que tem caracterizado o ambiente para o setor no Brasil é o excesso de debate em contraposição à carência de ações concretas. Como vimos, muito tem sido discutido; instituições e estruturas têm sido criadas; são feitas pesquisas;

promovem-se fóruns, congressos e seminários diversos etc. Porém, de maneira prática, a maior parte das iniciativas, de fato, econômicas, ou seja, os empreendimentos criativos em si, continuam sendo produzidas basicamente fora do que seria um guarda-chuva estratégico provido pelo estado, estimulando os atores sociais através de programas regulares de capacitação, financiamento, criação de um ambiente favorável, mitigando os riscos de negócios, entre outras ações.

É fundamental a participação do estado brasileiro para gerar o impulso capaz de elevar a economia criativa a um estágio em que essa possa realizar todo o seu potencial sócio-econômico e trazer os retornos que, consensualmente, se crê que ela seja capaz de prover. Enquanto isso não acontece, vemos uma intensa concentração de bens e serviços culturais importados pelo Brasil. Hoje, mais de 45% de tudo o que se consome em termos de bens e serviços culturais são importados dos Estados Unidos e do Reino Unido, contrastando com os 21% que se percebe na América Latina e Caribe<sup>32</sup>.

## 2. ECONOMIA CRIATIVA: MAS AFINAL O QUE É ISSO?

### 2.1 PRINCIPAIS CONCEITOS ENVOLVIDOS

A economia criativa não é um objeto de estudo recente da economia. No entanto, a partir do final dos anos de 1990, ela vem sendo mais profundamente estudada e se configurando numa alternativa concreta de estratégia para desenvolvimento. Podemos estabelecer como um marco recente a emissão do documento australiano<sup>33</sup> de 1994, onde figura, pela primeira vez, o conceito de Nação Criativa, que visava à construção de uma plataforma para uma política

cultural inovadora alçando o tema à condição de setor estratégico.

Cada vez mais, a economia criativa conquista espaço nas agendas econômicas, políticas e acadêmicas. Sob diversos nomes, tais como economia da cultura, indústrias criativas, economia do intangível, economia imaterial ou nova economia, só para citar alguns, ela se faz presente nas estruturas de governança, desde o plano local ao internacional. Esses diversos conceitos expressam níveis de abrangência diferentes – com distinções freqüentemente sutis – entre as perspectivas de compreensão possíveis, o que pode ser considerado natural, dado o seu estágio de maturação. No entanto, todos gravitam em torno de uma idéia central, qual seja, o desenvolvimento de uma economia com lastro na cultura, na criatividade, nos valores humanos, nos saberes tradicionais, adepta da pluralidade e mais respeitosa com o meio ambiente.

### 2.2 INDÚSTRIA CULTURAL

O termo indústria cultural surgiu no pós-guerra, como crítica ferina ao fenômeno recente do entretenimento de massa. Foi cunhado por seus críticos, basicamente oriundos da Escola de Frankfurt<sup>34</sup>, com o objetivo de gerar impacto pelo discurso que associava no conceito duas palavras cujos conteúdos aparentemente ocupavam campos de significação muito distintos, até mesmo opostos.

Mais recentemente, parece haver uma aceitação mais tranqüila de que as indústrias culturais são simplesmente aquelas que produzem bens e serviços culturais. Pela definição da UNESCO, são as indústrias que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que são de natureza cultural e intangível. Esses conteúdos são tipicamente protegidos por *copyright* e assumem a forma de bens e serviços.”

### 2.3 ECONOMIA DA CULTURA

A economia da cultura é a definição atribuída à aplicação da economia analítica, equipada com suas ferramentas e metodologias, sobre as artes criativas e performáticas, patrimônio e herança cultural, bem como as chamadas indústrias culturais. Sua atenção está voltada para a organização econômica do setor cultural, compreendendo a participação de todos os atores envolvidos, como artistas, produtores, consumidores, governos etc. É fruto do crescente interesse dos economistas, que cada vez mais compreendem a importância da cultura como potencial geradora de valor na sociedade do conhecimento.

### 2.4 INDÚSTRIAS CRIATIVAS

A expressão indústrias criativas também foi usada pela primeira vez na publicação "*Creative Nation*", supracitada. Mais tarde, teve grande amplificação com a sua adoção pelo Reino Unido, quando da assunção ao poder do Partido Trabalhista, liderado por Tony Blair. Através do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte<sup>35</sup>, órgão do Ministério das Indústrias Criativas e Turismo, foi constituída uma força tarefa com vistas ao fomento desse segmento econômico.

Na definição do *Creative Clusters*<sup>36</sup>, as indústrias criativas "are based on individuals with creative and arts skills, in alliance with managers and technologists, making marketable products, whose economic value lies in their cultural (or "intellectual") properties." Por esta perspectiva, as indústrias criativas alargam o campo de visão para além do grupo nuclear das atividades artísticas e culturais, bem como da indústria cultural, passando a incluir atividades funcionais que se desenvolvem tendo a criatividade como matéria-prima, tais como o design, a arquitetura, a criação de softwares de entretenimento, entre outros.

Existem vários modelos esquemáticos de indústrias criativas. A UNCTAD<sup>37</sup> considera quatro deles os mais significantes. A saber:

#### *Modelo DCMS (Reino Unido)*

Segundo o modelo DCMS<sup>38</sup>, adotado no Reino Unido pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esporte, indústrias criativas são definidas como aquelas que requerem criatividade, habilidade e talento, com potencial para criação de emprego e bem-estar, através da exploração de sua propriedade intelectual. Ela contempla 13 atividades consideradas estratégicas pelo governo.

#### *Modelo dos Textos Simbólicos*

É uma abordagem que considera que as artes tradicionais ("elevadas" ou "sérias") normalmente já são objeto de cuidado do *establishment* social e político, daí porque o modelo foca a sua atenção na cultura popular, a qual freqüentemente se manifesta através da produção industrial, disseminação e consumo de textos e mensagens simbólicas, como as do cinema, da TV e da imprensa.

#### *Modelo dos Círculos Concêntricos*

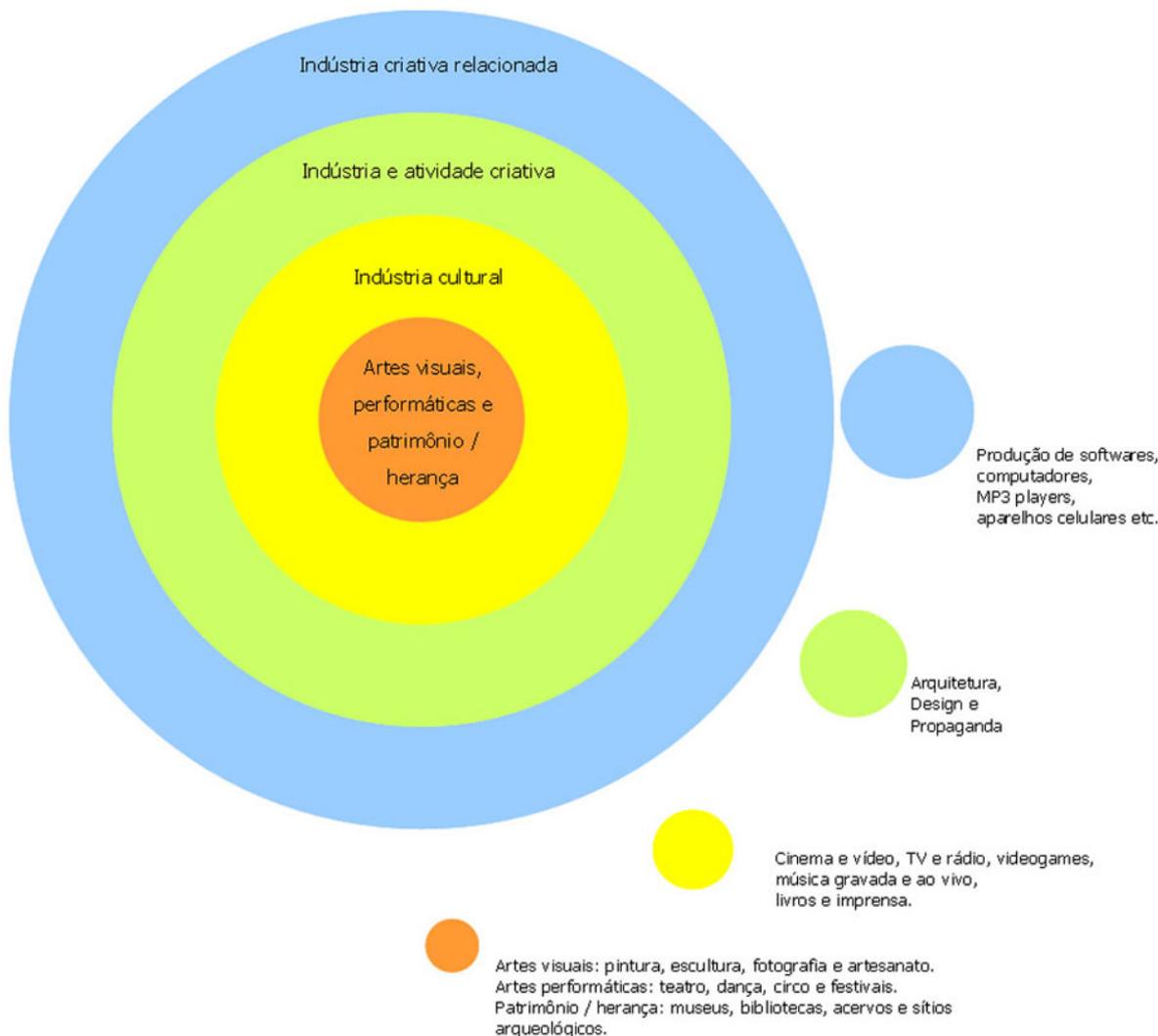
O Modelo dos Círculos Concêntricos tem como pressuposto básico a assunção de que é o valor cultural dos bens culturais que provê a essa indústria sua característica mais distintiva. Assim, quanto mais evidente esse conteúdo cultural contido no produto ou serviço, mais forte é o seu apelo à produção industrial. Por essa premissa, esquematicamente se tem um núcleo de atividades essencialmente artísticas, manifestas em sons, textos e imagens, rodeado por círculos que contém atividades derivadas das atividades nucleares, os círculos concêntricos, sendo que o conteúdo cultural decresce à medida que o círculo se afasta do núcleo. O núcleo das artes é imediatamente circundado pelas atividades da indústria de produção puramente cultural (cinema, música, livros etc.), seguido pelo círculo da

indústria e atividade criativa (arquitetura, propaganda etc.), fechando com o círculo da indústria criativa relacionada, que é composto por um conjunto mais amplo de atividades industriais cujos produtos possuem muito trabalho criativo agregado, como, por exem-

plo, a indústria de softwares e de celulares.

Este foi o modelo utilizado pela Comissão Européia na elaboração do estudo *The Economy of Culture in Europe*, supracitado. (ver figura).

### Modelo dos Círculos Concêntricos



### Modelo Copyright (OMPI<sup>39</sup>)

É o modelo baseado estritamente nas indústrias relacionadas com a criação, manufatura, produção, transmissão e distribuição de trabalhos protegidos por copyright, sendo que faz uma distinção

entre as indústrias que de fato produzem propriedade intelectual e aquelas que atuam na entrega dos produtos e serviços aos consumidores finais.

Confira o quadro que sumariza os quatro modelos.

## Sistemas de classificação para as Indústrias Criativas derivadas de diferentes modelos

1. Modelo DCMS (Reino Unido)	2. Modelo dos Textos Simbólicos	3. Modelo dos Círculos Concêntricos	4. Modelo de Copyright (OMPI)
Propaganda	<b>Núcleo das indústrias culturais</b>	<b>Núcleo de artes criativas</b>	<b>Núcleo das indústrias de copyright</b>
Arquitetura	Propaganda	Literatura	Propaganda
Arte e mercado de antiguidades	Cinema	Música	Sociedades de colecionadores
Artesanato	Internet	Artes performáticas	Cinema e vídeo
Design	Música	Artes visuais	Música
Moda	Livros		Artes performáticas
Cinema e vídeo	Televisão e rádio	<b>Outros núcleos de indústrias culturais</b>	Livros
Música	Jogos de vídeo e computador	Cinema	Software
Artes performáticas		Museus e livrarias	Televisão e rádio
Livros	<b>Indústrias culturais periféricas</b>		Artes visuais e gráficas
Software	Artes criativas	<b>Indústrias culturais abrangentes</b>	
Televisão e rádio		Herança	<b>Indústrias de copyright interdependentes</b>
Jogos de vídeo e computador	<b>Indústrias culturais de fronteira</b>	Livros	Material para gravação
	Eletrônicos de consumo	Música gravada	Eletrônicos de consumo
	Moda	Televisão e rádio	Instrumentos musicais
	Software	Jogos de vídeo e computador	Papel
	Esportes		fotocopiadoras, equipamento fotográfico
		<b>Indústrias relacionadas</b>	
		Propaganda	<b>Indústrias de copyright parcial</b>
		Arquitetura	Arquitetura
		Design	Vestuário e calçado
		Moda	Design
			Moda
			produtos domésticos
			brinquedos

Fonte: UNCTAD (2008) The Creative Economy Report (página 13)

A UNCTAD tem também sua própria visão. Segundo a Organização, que discutiu à exaustão o seu conceito de indústrias criativas, durante a sua 11<sup>a</sup> Conferência<sup>40</sup>, a criatividade em questão se expande para além das atividades de forte componente artístico, passando a ser qualquer atividade econômica que gere produtos simbólicos com forte sustentação na propriedade intelectual, com o mercado mais amplo possível.

“The creative industries:

- are the cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs;
- constitute a set of knowledge-based activities, focused on but not

limited to arts, potentially generating revenues from trade and intellectual property rights;

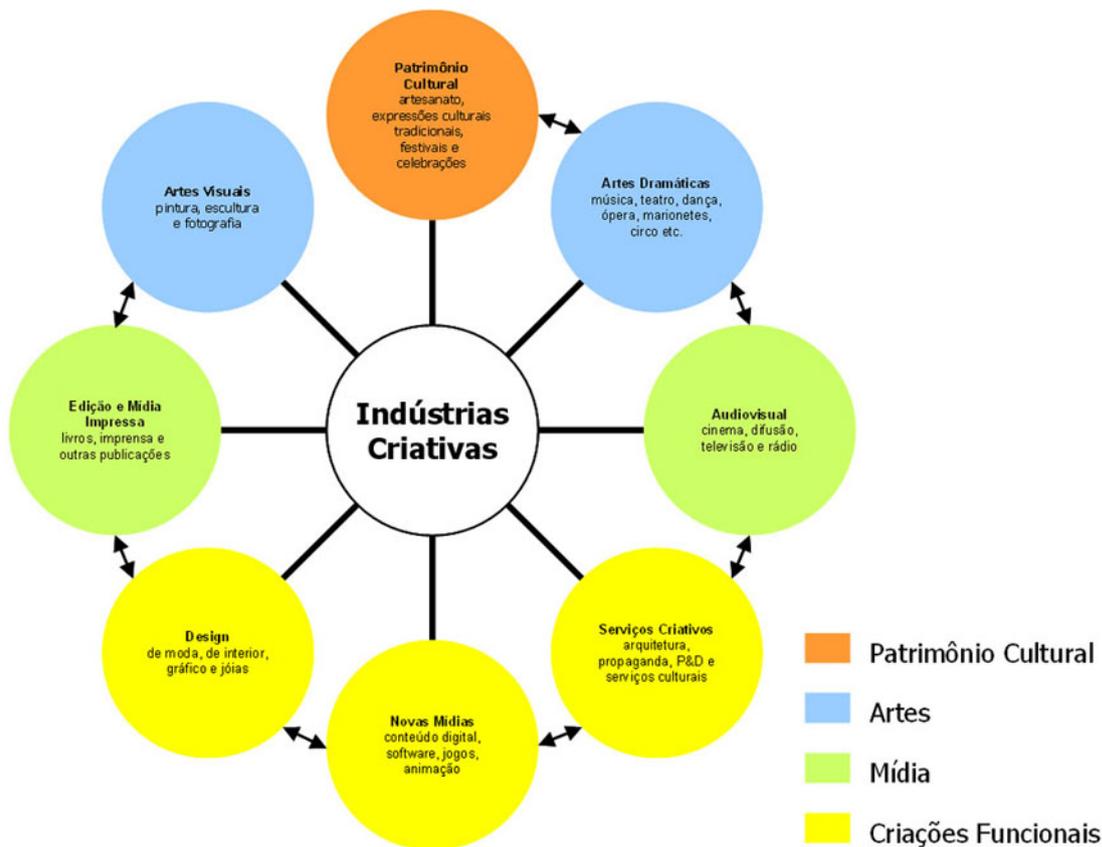
- comprise tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives;
- are at the cross-road among the artisan, services and industrial sectors; and
- constitute a new dynamic sector in world trade.”<sup>41</sup>

Para sustentar seu conceito, propõe um modelo esquemático, segundo o qual as indústrias criativas se apresentam dispostas em quatro categorias formadas por oito blocos, algumas de áreas correlatas, que são: (a) categoria 1 (patrimônio

cultural), contendo categoria de mesmo nome; (b) categoria 2 (artes), contendo as categorias “artes visuais” e “artes dramáticas”; (c) categoria 3 (mídia), abrangendo

as categorias “edição e mídia impressa” e “audiovisual”; e (d) categoria 4 (criações funcionais), comportando “design”, “novas mídias” e “serviços criativos”.

### Indústrias Criativas - Modelo UNCTAD



### 2.5 ECONOMIA CRIATIVA

Certamente, o mais amplo de todos os conceitos em questão, o conceito de economia criativa foi cunhado por John Howkins, que apresenta como novidade a forma como criatividade e economia se combinam numa nova relação, em natureza e extensão, a partir da qual se prestam a um extraordinário potencial de geração de valor e bem-estar.

Em seu *Creative Economy Report*, 2008, a UNCTAD apresenta de maneira sumarizada sua definição de economia criativa, conforme a seguir:

“The ‘creative economy’ is an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.

- It can foster income generation, job creation and export earnings while promoting social inclusion, cultural diversity and human development.
- It embraces economic, cultural and social aspects interacting with technology, intellectual property and tourism objectives.

- It is a set of knowledge-based economic activities with a development dimension and cross-cutting linkages at macro and micro levels to overall economy.
- It is a feasible development option calling for innovative, multidisciplinary policy responses and inter-ministerial action.
- At the heart of the creative economy are the creative industries.”

A abrangência do conceito de economia criativa o torna mais facilmente aceito em diversos segmentos da sociedade, aumentando a percepção do tema como um objeto de estudo a ser considerado ainda mais seriamente.

### 3. PRINCIPAIS CADEIAS ECONÔMICAS RELACIONADAS

Muitas vezes, ao lidarmos com questões relacionadas à cultura e à criatividade, de modo geral, temos a tendência de alocar tais conceitos em áreas reservadas às categorias das coisas intangíveis, das sensações, dos valores humanos, gerais ou pessoais. E, de certa maneira, esse comportamento procede, visto que tratamos, no mais das vezes, dos fazeres diretamente relacionados com o espírito humano, onde predominam o imponderável. Independentemente do tempo e do espaço, a cultura é um fator constituinte imprescindível em qualquer sociedade. E, da mesma forma, a criatividade é intrínseca ao gênero humano, desde aquela que se manifesta simplesmente visando à satisfação pessoal (artes, artesanato etc.) até a criatividade dirigida às soluções de problemas funcionais, sejam eles pessoais ou da coletividade.

Quando adentramos ao terreno da economia criativa, enfrentamos o desafio de

confrontar dois universos que ocupam diferentes campos de significação. Precisamos ajustar as ferramentas da economia para manusear informações que, em princípio, são de natureza imaterial, impalpável. As cadeias econômicas relacionadas às atividades criativas são a face mais tangível deste setor de atividades humanas; ou melhor, uma tentativa de apresentar, no nível em que isso for possível, o lado da concretude da atividade criativa. Nesse sistema complexo, a criação é o *input* inicial que deflagra uma série de atividades inter-relacionadas, protagonizadas por vários atores econômicos, os quais proporcionam um fluxo de bens e serviços, economicamente valorados. A esse processo podemos chamar de cadeias econômicas do setor criativo.

Os estudos das principais cadeias econômicas do setor criativo são frutos de esforços bastante recentes. Em geral, os objetivos que os motivam são: (a) prover uma base científica capaz de mensurar o valor econômico da atividade; (b) identificar os eventuais gargalos para o pleno desenvolvimento setorial; (c) fazer apontamentos para o planejamento estratégico; (d) sinalizar tendências, oportunidades, riscos e ameaças, de maneira a subsidiar os tomadores de decisão; e finalmente, (e) quando possível, estabelecer parâmetros que possibilitem minimamente a valoração dos benefícios imateriais da atividade, bem como suas eventuais externalidades.

Não há isonomia dos dados. Apesar de todas as atividades envolverem atores que, via de regra, desempenham ações ligadas à criação, produção, distribuição e comercialização, os estudos realizados geralmente se debruçam sobre aspectos diferentes, dificultando o estabelecimento de um quadro comparativo intersetorial.

Procuramos analisar aquelas que consideramos as principais cadeias econômicas relacionadas ao setor criativo. O nível

de importância de cada uma delas, e, portanto, a justificativa para a sua presença neste trabalho é atribuída pelo volume do mercado, pela demanda / aceitação do público, e pelo seu potencial de crescimento. Ainda são poucos os estudos disponíveis. Procuramos fontes confiáveis, em sua maioria, diretamente legitimadas pelas associações de classe mais representativas.

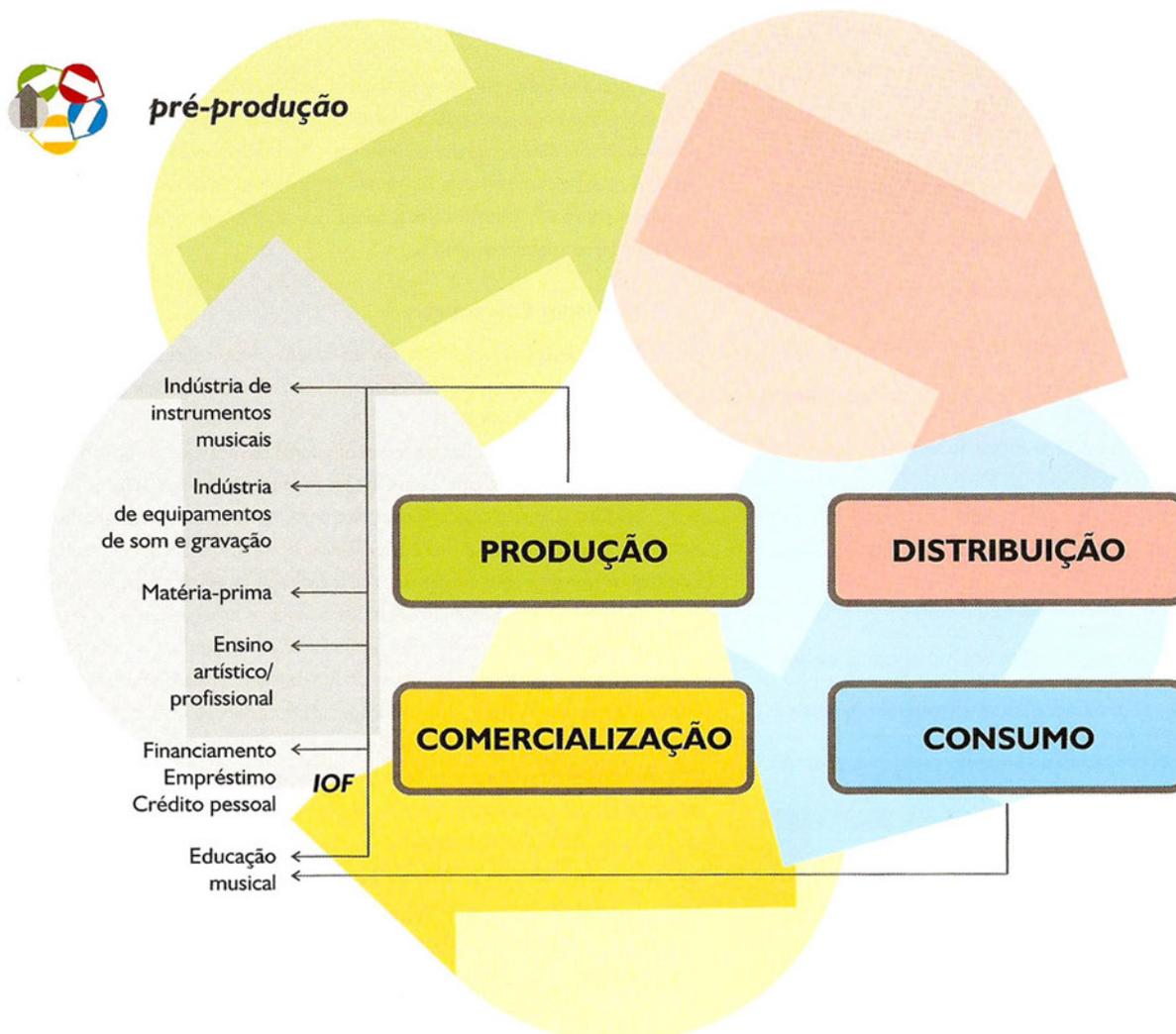
### AS CADEIAS PRODUTIVAS

Inseridos nas cadeias econômicas apresentamos alguns dos seus principais atores.

### 3.1 MÚSICA

Seguindo como referencial o estudo “Cadeia Produtiva da Economia da Música no Brasil”<sup>43</sup>, conduzido pelo Professor Luiz Carlos Prestes Filho, apresentamos, através de seus esquemas, como o setor se organiza a partir de quatro estágios, que são: pré-produção, produção, distribuição e comercialização e, finalmente, o consumo.

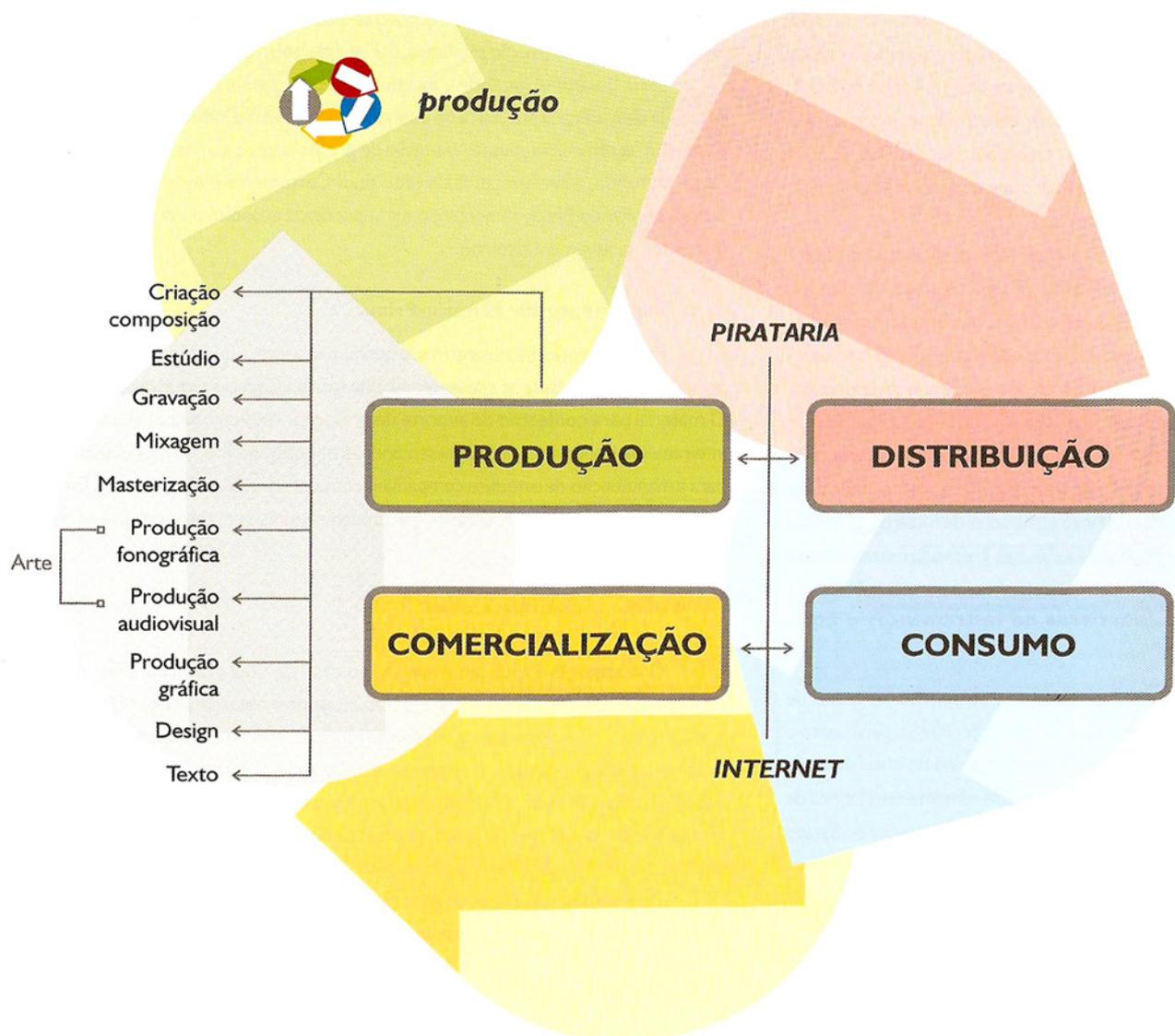
Na fase da *pré-produção*, encontram-se todas as empresas e atividades relacionadas aos fundamentos da atividade musical, que vão desde a indústria de instrumentos musicais até o treinamento musical.



Fonte: Prestes Filho (2004) - Ilustração disponível em: [http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/wp-content/uploads/2008/03/cadeia-01.jpg]

A *produção* comporta as atividades mais diretamente ligadas ao processo criativo, encabeçada pela compo-

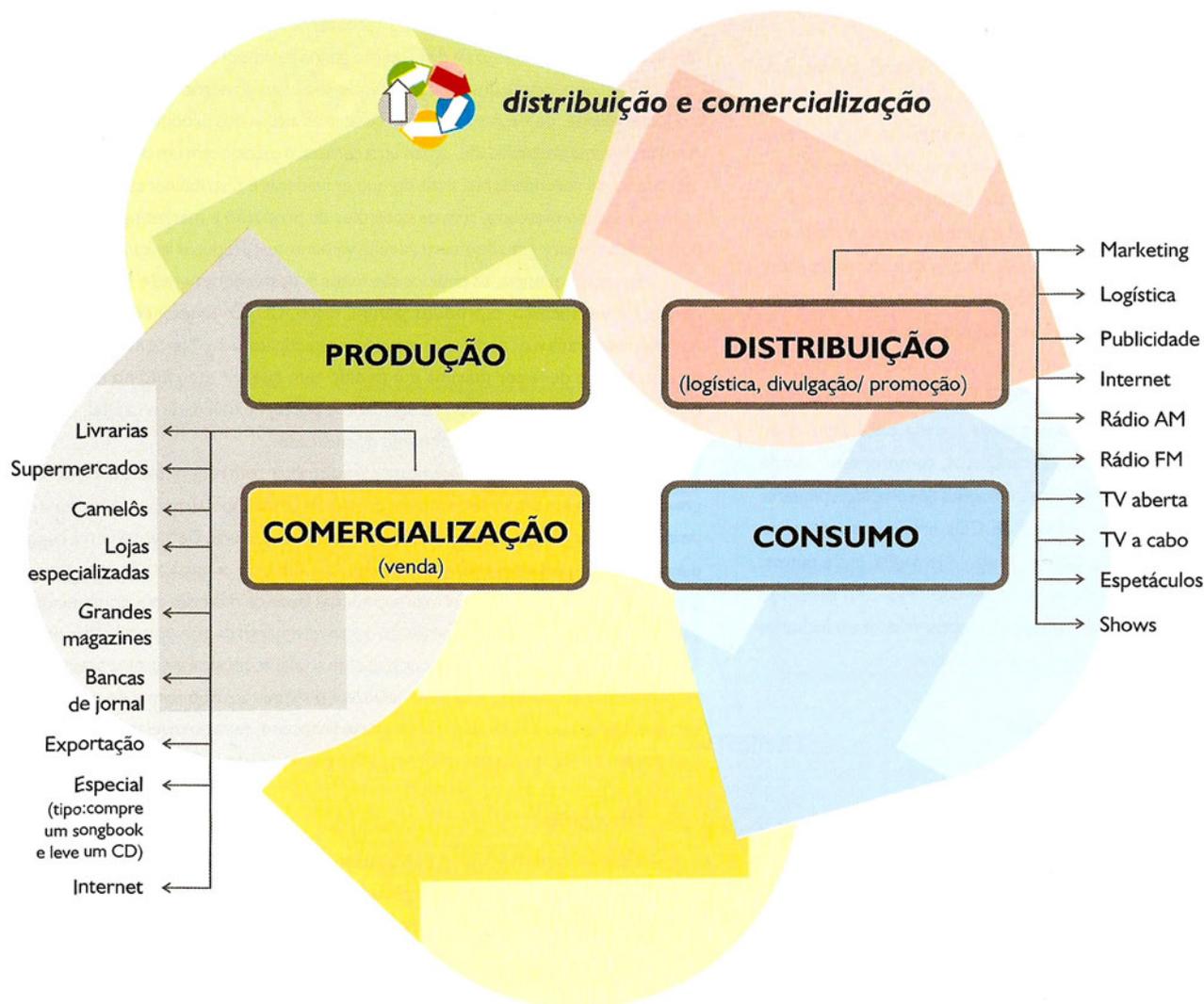
sição musical propriamente dita, passando por todas as diferentes etapas de acabamento e design.



Fonte: Prestes Filho (2004) - Ilustração disponível em: [http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/wp-content/uploads/2008/03/cadeia-02.jpg]

A fase seguinte do processo é a da *distribuição e comercialização*. Nessa etapa, o produto atravessa os canais de distribuição estabelecidos, sendo que os produtos do chamado *mainstream* utilizam-se de meios mais robustos, com papel determinante no mercado musical de alta densida-

de. Não desprezível, no entanto, são os chamados canais alternativos de distribuição, freqüentemente ocupados por artistas independentes (mas não exclusivamente), que se valem, sobretudo, da internet e das redes sociais para criação de um público consumidor para os seus produtos.



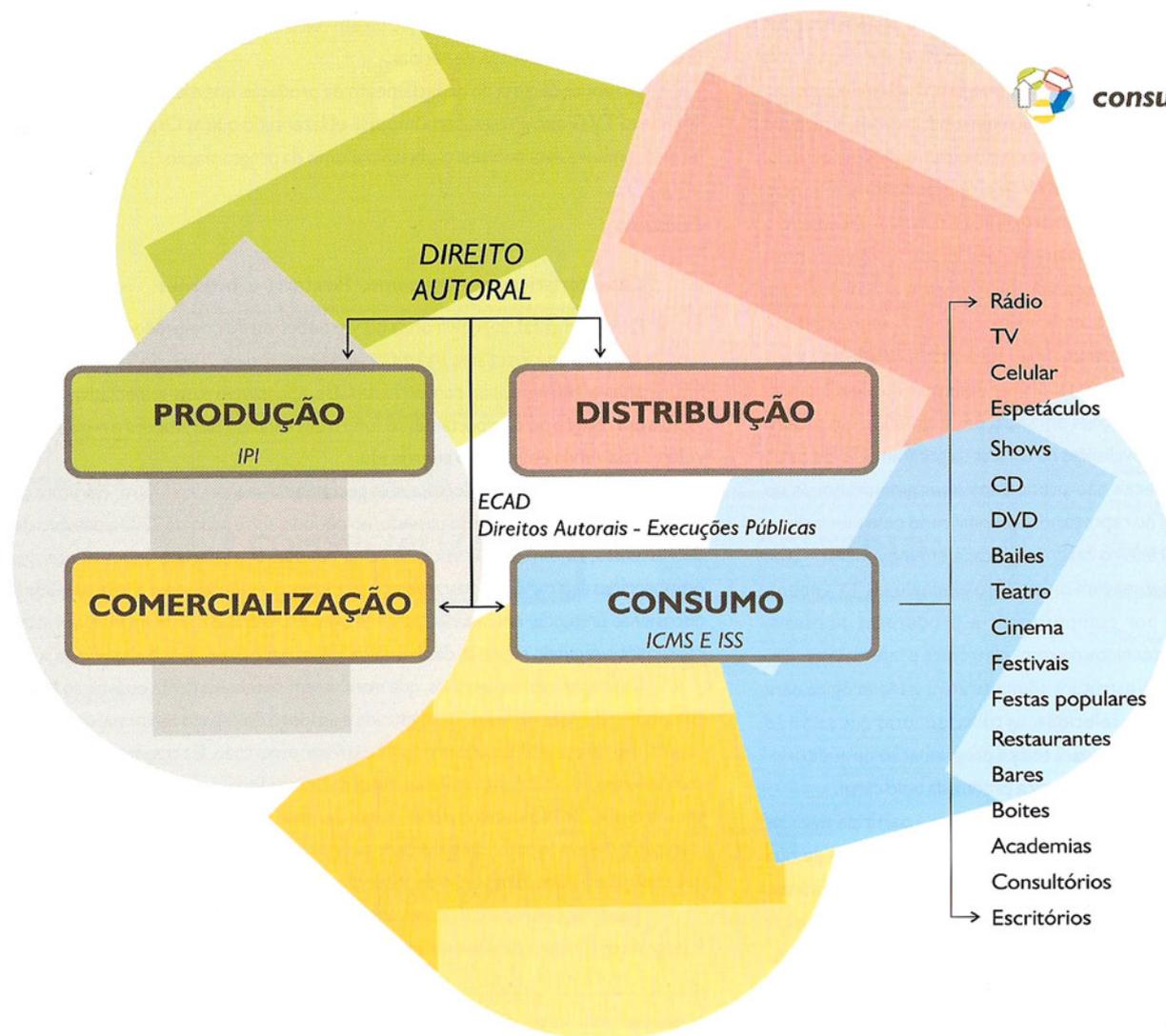
Fonte: Prestes Filho (2004) - Ilustração disponível em: [http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/wp-content/uploads/2008/03/cadeia-02.jpg]

Finalmente, a etapa do *consumo* é aquela em que se dá a aproximação do produto com o seu público final, que pode fruir a criação musical por várias maneiras, seja pela aquisição de CDs, pela audiência em espetáculos, pela difusão de rádio e televisão etc.

Cada etapa da cadeia produtiva da música comporta um mercado diferente, ou seja, põe frente-a-frente atores que realizam trocas de produtos e serviços. No entanto, é na etapa do consumo que encontramos maior fartura de dados dispo-

níveis, especialmente aqueles relacionados com o comércio de produtos físicos (CDs, DVDs) e de arquivos digitais, em franca expansão, razão pela qual nos detemos mais nesse campo. Nele, destacam-se na atividade nuclear, que contém a gravação e a distribuição, as empresas EMI, Universal, Warner e a Sony BMG.

No Brasil, a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD) tem um papel preponderante na avaliação dessa cadeia produtiva, produzindo relatórios anuais e advogando sistematicamente em



Fonte: Prestes Filho (2004) - Ilustração disponível em: [<http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/wp-content/uploads/2008/03/cadeia-02.jpg>]

defesa dos direitos de autores, pesadamente penalizados com os efeitos devastadores da pirataria<sup>44</sup>. As informações que seguem foram disponibilizadas pela ABPD<sup>45</sup>.

O relatório divulgado em 2010, que traz os dados do setor referentes ao ano anterior, aponta que o mercado brasileiro se manteve estável em seu nível de comercialização de fonogramas, contrariando as projeções pessimistas no plano internacional, segundo as quais haveria propensão a uma queda de 8%. Ao contrário, o que se verificou foi uma ligeira elevação, de 1,08%.

O mercado brasileiro movimentou quase 360 milhões de reais em 2009 com a venda de música nos formatos físicos, ou seja, CD, DVD e Blu-ray, e nos formatos digitais, a saber, os produtos distribuídos virtualmente, através da internet e da telefonia celular. Um dado importante é o que diz respeito ao crescimento das vendas efetuadas pela internet, com aumento de quase 160%, apontando um aumento substancial no nível de licenças para o segmento e a consolidação desse mercado, que atualmente tem uma fatia de quase 12%, com perspectiva de aumento.

**Música: Market Share dos Formatos de Mídia**

Formato da Mídia	Participação no Mercado (%)
CD (Áudio)	60
DVD + Blu-Ray	28,1
Digital	11,9

Fonte: ABPD - Relatório 2009

**O CONSUMO DE MÚSICA PELO VÍDEO**

É também considerável o aumento crescente do consumo de música através das mídias audiovisuais, contendo shows musicais. Em 2008, as vendas totais de DVDs – onde se incluem os de formato Blu-ray – foram de R\$ 96.160 milhões e subiram para R\$ 100.603 milhões em 2009, representando um aumento de 4,62%. Em relação às unidades vendidas, em 2008 elas foram 5,2 milhões, subindo para 5,4 milhões em 2009, representando um aumento de 3,98% das vendas unitárias.

**Evolução do consumo de Música por Mídias Audiovisuais**

Formato ANO	Vendas Totais de DVDs (R\$)	Vendas Totais de DVDs
2008	96.160 milhões	5,2 milhões
2009	100.603 milhões	5,4 milhões
Variação 08/09	+4,62%	+3,98%

Fonte: ABPD - Relatório 2009

**A MÚSICA DIGITAL**

O volume total de vendas de música digital em 2009 foi de R\$ 42 milhões, segundo os dados informados pelas empresas que atuam no setor. Esse número é praticamente o mesmo – uma ligeira baixa – do ano anterior (R\$ 43,5 milhões), no entanto, uma

transformação radical se processou no segmento. Ocorreu uma notável inversão na posição das vendas digitais ocorridas via telefonia móvel e das vendas promovidas pela internet. Isso parece sinalizar que o consumidor pode estar aumentando sua adesão ao consumo de música digital através dos meios de distribuição legais, que são os sites autorizados.

**Evolução 2008/2009: MarketShare das Mídias Digitais**

Canal - ANO	Internet	Telefonia Móvel
2008	22%	78%
2009	58,7%	41,3%
Variação 08/09	+159%	-47%

Fonte: ABPD - Relatório 2009

**CD - AINDA O CARRO-CHEFE**

Verificou-se no Brasil uma ligeira queda (0,49%) no volume de vendas de CDs. Em 2009, o faturamento das principais indústrias fonográficas brasileiras somou R\$ 215 milhões, contra R\$ 216 milhões do ano anterior. Mesmo assim, ainda é muito maior a fatia de mercado de CDs perante os DVDs (incluindo Blu-ray) e as vendas digitais, como visto anteriormente (CD = 60%, DVD = 28,1% e Digital = 11,9%).

**Evolução 2008/2009: Vendas Totais de CDs**

ANO	Vendas Totais (R\$)	Unidades Totais
2008	216.106 milhões	22,4 milhões
2009	215.051 milhões	20,3 milhões
Variação 08/09	-0,49%	-9,32%

Fonte: ABPD - Relatório 2009

O fato mais importante a ser considerado é a forte supremacia do consumo de música nacional em relação à música internacional. Em aproximadamente 30 anos, percebe-se uma radical transformação de comportamento do consumidor brasileiro, pois, em meados dos anos de 1970, as posições eram virtualmente inversas.

#### Música: Origem do Conteúdo - 2009

Conteúdo	CDs (%)	DVDs (%)
Nacional	66,4	64,9
Internacional	30,8	29,6
Clássica	2,8	5,5
Total	100	100

Fonte: ABPD - Relatório 2009

Trata-se de um mercado em profunda re-estruturação, resultado do impacto das ferramentas de compartilhamento de arquivos digitais, as chamadas P2P. Paulo Rosa, presidente da ABPD, faz um alerta:

Uma questão, entretanto, tem que ser imediatamente abordada para o bem do futuro do mercado musical brasileiro: o compartilhamento ilegal de arquivos através das redes P2P, bem como a disponibilização ilegal de links para música protegida por direitos autorais principalmente em redes sociais como o Orkut. Não se trata aqui de lutar contra uma ou várias tecnologias ou de buscar-se punição contra milhões de internautas brasileiros, mas sim de encontrar-se equilíbrio entre o acesso à música e o direito de autores, artistas e produtores de música de serem remunerados de forma justa pelo uso de seu conteúdo na internet.

#### ALGUNS DOS PRINCIPAIS STAKEHOLDERS DA CADEIA DA MÚSICA

IFPI – International Federation of the Phonographic Industry (internacional)

ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Discos

ABERT – Associação Brasileira de Emisoras de Rádio e Televisão

OMB – Ordem dos Músicos do Brasil (incluindo as Ordens regionais)

ABRAC – Associação Brasileira de Autores, Compositores e Intérpretes

ANACIM – Associação Nacional de Autores, Compositores e Intérpretes de Música

ANPI – Associação Nacional dos Proveedores de Internet

### 3.2 CINEMA

#### PRODUÇÃO

O mercado brasileiro de produção cinematográfica é basicamente pulverizado em muitas pequenas produtoras, cujas figuras confundem-se essencialmente com a de seu proprietário, invariavelmente, um diretor independente. Contribui em grande parte para esse cenário o apoio financeiro estatal para a produção independente, o qual é, para o bem ou para o mal, desvinculado dos objetivos comerciais da produção. Algumas poucas produtoras de grande porte posicionam-se nesse mercado, atrelando suas atividades à necessidade de audiência para os seus produtos. São elas: Conspiração, O2, Academia e Mixer. No entanto, o faturamento dessas grandes produtoras é advindo predominantemente da produção publicitária.

A produção, apesar de ser o início de todo o processo, é a última parte da cadeia produtiva a se remunerar, após aferição dos lucros dos exibidores e distribuidores. Justamente por isso, é onde se encontra o maior risco do negócio cinematográfico. Outro ponto importante a ser levado em consideração é que, diferentemente do que ocorre nos países em que a indústria do cinema é mais avançada, a maior parte do faturamento das produtoras brasileiras, sejam elas de qualquer porte, decorre basicamente da produção em si, em detrimento do faturamento com o resultado da audiência dos filmes, o que é, ao mesmo tempo, apontamento de um problema e de uma oportunidade.

### DISTRIBUIÇÃO

Os agentes que promovem a distribuição nessa indústria adquirem os direitos de comercialização adquiridos junto aos produtores. Com isso, passam a responsabilizar-se pela impressão de cópias físicas, pelo serviço de divulgação do filme, bem como a inserção no mercado: salas de exibição, home video (que inclui venda para locadoras e no varejo para o consumidor final), TV por assinatura, TV aberta, internet, celular e outras mídias.

Trata-se do principal (ou pelo menos o mais forte) ator do mercado, pois financia e avaliza a produção. De certa maneira, é quem organiza o mercado, pois um filme só se viabiliza mediante um contrato de distribuição, mesmo quando sua produção é totalmente financiada por outras fontes. Não raro, o distribuidor tem interferência no processo criativo do produtor, principalmente considerando os maiores distribuidores.

No Brasil, o segmento é dominado por seis grandes empresas, as chamadas majors, que são Sony, Columbia, Buena Vista, UIP/Paramount, Warner e Fox, as

quais têm atuação em âmbito internacional nas áreas de produção, distribuição, possuindo ainda participação em canais de exibição.

Algumas distribuidoras independentes também atuam no segmento, com menor participação, mas ainda assim expressiva. As maiores distribuidoras independentes são Imagem, Vídeo Filmes e Playart (no subsegmento home video) e Imagem, Europa e Downtown (no subsegmento salas de exibição).

### MarketShare da Distribuição de Filmes no Brasil

Origem das Produções	Majors	Independentes
Todos os Filmes	79%	21%
<b>Filmes Nacionais</b>	<b>66%</b>	<b>34%</b>

Fonte: BNDES - A Economia da Cultura, O BNDES e o Desenvolvimento Sustentável

### EXIBIÇÃO

Apesar de ser o elo final da cadeia, é o primeiro a se beneficiar do resultado da bilheteria. Tem um papel crucial na divulgação do produto cinematográfico e a sua sinalização é atentamente observada pelo mercado, à medida que ela dimensiona o potencial mercadológico dos filmes em relação às outras janelas de distribuição (home video, TV etc.). Em média, os exibidores retêm 50% do apurado nas bilheterias.

Observa-se, no entanto, uma drástica redução no parque exibidor brasileiro, fenômeno iniciado na década de 1980 e que se perpetuou durante a década seguinte. Pode-se atribuir esse processo, em parte, ao aumento médio do preço do ingresso, à difusão, inicialmente, do vídeo cassete (recentemente do DVD e novas mídias) e à TV por assinatura. Para se ter uma idéia, nos anos de 1970, havia cerca

de 4.500 salas de exibição no País. Atualmente, considerando uma ligeira recuperação em meados dos anos de 1990, contamos com pouco mais de 2.000 salas.

Notadamente, há uma demanda reprimida, o que pode ser atribuído à enorme concentração do mercado nas mãos de poucos exibidores. O principal deles é o grupo Cinemark, que foi quem primeiro instituiu o sistema de salas multiplex nos shopping centers brasileiros. Trata-se de uma tendência irreversível. O tradicional Grupo Severiano Ribeiro, que sempre se caracterizou por ser proprietário dos imóveis utilizados, está revendo sua estratégia e passou também a ocupar espaços em shopping centers para poder fazer frente ao novo modelo. Essa alta concentração é assim expressa: os seis maiores grupos exibidores atuando no Brasil detêm 62% do market share.

É muito importante criar estratégias que estimulem o crescimento e descentralização do setor. Para isso, também é muito importante enfrentar o problema trazido com o novo modelo multiplex. Com a crescente e irreversível tendência de exibição de filmes em salas dispostas nesse sistema, os imóveis não são próprios dos exibidores, mas sim, alugados junto aos shopping centers. Isso inviabiliza o provimento de garantias concretas a serem oferecidas aos bancos na cessão de empréstimos, restringindo ainda mais as chances dos exibidores de menor porte nesse mercado.

Fechando a área da distribuição, encontram-se as locadoras, que têm um papel muito importante na difusão do conteúdo cinematográfico. Sua capilaridade permite o acesso de brasileiros de todas as regiões, pois estão presentes em 82% dos municípios. São predominantemente pequenos negócios, muitos deles informais. Provavelmente, constituem-se na parte mais

frágil da cadeia, altamente ameaçada pela tendência da convergência digital.

## INFRAESTRUTURA

Aproximadamente 1/4 do segmento econômico da cadeia do cinema é formado por empresas provedoras de infraestrutura. São basicamente dois tipos de empresas:

- Prestação de serviços técnicos: equipamentos de áudio e vídeo, iluminação e geradores, *grip*, câmeras, estúdios, laboratórios e empresas de pós-produção;
- Aluguel de equipamentos: equipamentos de filmagem, como iluminação, *transfer*, câmeras digitais e ilhas de edição.

O surgimento de novas tecnologias tem barateado os custos de produção e aumentado o acesso de novos produtores. As principais empresas atuando nessa área são de pequeno e médio porte, concentradas no Rio de Janeiro e em São Paulo. Quase toda a produção cinematográfica nacional passa por uma dessas firmas: Quanta, Labocine, Mega, Casablanca e TeleImage.

É notória a carência de estúdios cinematográficos disponíveis, não dando cumprimento à demanda crescente. Um dos principais problemas é a falta de financiamento, principalmente para a aquisição de equipamentos importados, que são os maiores custos para a montagem de estúdios.

## ALGUNS DOS PRINCIPAIS STAKEHOLDERS DA CADEIA DO CINEMA

ANCINE – Agência Nacional do Cinema

SNIC – Sindicato Nacional da Indústria Cinematográfica

ABC – Associação Brasileira de Cinematografia

SINDICINE – Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica

ABRAPLEX – Associação Brasileira das Empresas Operadoras de Multiplex

ABD – Associação Brasileira de Documentaristas e Curtametragistas

ARTV – Associação dos Roteiristas de Televisão e outros Veículos

ABERT – Associação Brasileira de Emisoras de Rádio e Televisão

ABTA – Associação Brasileira de Televisão por Assinatura

PETROBRAS<sup>46</sup>

### 3.3 LIVRO

O mercado editorial tem como principais atores os autores, editores, gráficas, produtores de papel, produtores de equipamentos gráficos, distribuidores, atacadistas e os livreiros. Eles atuam num mercado que possui três frentes, conforme a seguir:

1. Direitos autorais: é o mercado produzido pela relação que se estabelece entre autores e editores, que adquirem os direitos de comercialização do conteúdo criativo;
2. Mercado da manufatura gráfica: é mercado que se dá no âmbito da produção industrial, colocando frente a frente os editores e a indústria gráfica.
3. Mercado da distribuição: é aquele que contém a cadeia comercial que possibilita a chegada do produto ao consumidor final. Na seqüência correta, os editores vendem o produto para os livreiros, que são varejistas, e estes últimos promovem a venda para o consumidor. Com frequência, a

relação entre o editor e o livreiro é intermediada por outros agentes de distribuição.

Esses três mercados, embora remunerados em momentos distintos do processo produtivo, são balizados pelo preço de capa do livro, sendo os percentuais de remuneração de cada etapa mais ou menos como nos mostra o quadro a seguir:

**Livro: Distribuição Percentual do Preço de Capa no Brasil**

	%
Direitos Autorais	10
Custos Editoriais e Manufatureiros	25
Lucro da Editora	15
Distribuidor	10
Livreiro	40
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fonte: Entrevistas, visto em Sá Earp (2005)

Sá Earp (2002) faz apontamentos importantes sobre a distribuição:

Os dados de produção física apontam para um crescimento substancial entre os períodos de 1990/94 e 1995/98, quando houve um aumento de 54% no número de títulos e 49% no de exemplares. Ocorreu uma queda no período 1999/2003 – 11% em títulos e 13% em exemplares -, mas pouco expressiva diante dos resultados anteriores. O que nos livra de um diagnóstico animador é a queda da tiragem média – estamos diante de editoras que produzem mais livros, porém com menores tiragens.<sup>47</sup>

E esse parece ser definitivamente, um aspecto de suma importância na formatação do mercado. O segmento

editorial é, sem dúvida, aquele em que o peso da economia de escala se apresenta mais determinante, em relação aos outros setores de indústrias criativas. Os custos de produção de uma indústria, que, como vimos, tem como padrão um nível de tiragem baixo, relativamente a outras indústrias, como a fonográfica, por exemplo, são decisivos para a criação de enormes disparidades de preços entre os produtos de grande circulação, promovidos pelas grandes editoras, e os de baixa circulação, a saber, a maioria dos títulos, editados pelas pequenas e médias editoras.

#### Economias de Escala na Edição e Impressão de Livros (em R\$)

Nº de Exemplares	Custo Médio	Custo da Impressão
600	18,00	
1000	10,00	2,70
2000	7,00	2,10
5000	4,00	1,40
10000	2,50	

Fonte: Entrevistas de Reichmann e Campana, visto em Sá Earp (2005)

As principais formas de distribuição do produto editorial se dão através de dois sistemas. O primeiro é o das vendas diretas para o governo, responsável pela aquisição de 60% da produção editorial didática do País; o segundo sistema é o da venda direta para a livraria, utilizando ou não canais intermediários. A utilização de empresas distribuidoras para intermediar esse processo de compras depende, fundamentalmente, do tipo de produto, do tamanho da praça e do porte tanto da editora quanto da livraria.

É fácil depreender que, em face das dimensões continentais do Brasil,

as empresas distribuidoras enfrentam grandes desafios. Elas operam com uma margem de lucro que flutua entre 10% e 15% sobre o preço de capa do produto. Assim, é inviável, por exemplo, entregar um único exemplar em Manaus produzido em São Paulo, com preço de capa de R\$20,00. Nesse negócio da distribuição, mais uma vez, é imprescindível a economia de escala, o que tem se configurado um problema à medida que, como dissemos, decrescem as tiragens. É o mesmo custo a emissão de uma nota fiscal para um exemplar ou para 100 mil exemplares, além de ser o mesmo custo unitário para atendimento ao editor ou ao livreiro. Outros custos, como embalagem, expedição, armazenagem e controle de estoque também se reduzem com o aumento de escala.

Mas o varejo tem o seu lado visível e o seu lado invisível. O primeiro é aquele que se dá nas livrarias, e o segundo é o verificado pela venda porta a porta, atualmente, algo incomum nas grandes cidades, mas muito importante em municípios menores.

#### LIVRARIAS

Não se sabe ao certo o número de livrarias no Brasil, mas especula-se que o número seja de aproximadamente 1.500. Esses dados, contudo, não são muito precisos ou confiáveis. Se, por exemplo, uma loja de produtos exóticos vende o best seller “Minutos de Sabedoria” num display posicionado no caixa, ela possivelmente é registrada nas respectivas juntas comerciais como sendo uma livraria. O mesmo vale para um pet shop que vende manuais para criadores diversos. De toda forma, confiáveis ou não, os dados ainda apontam que 2/3 delas se encontram na região sudeste, o que representa também um nível considerável de concentração.

Além da concentração regional, outro aspecto alarmante é a carência de livrarias no Brasil. Aproximadamente, 90% dos municípios brasileiros não contam com sequer uma livraria. O que pode ser compreendido como um grande problema (o enorme vácuo educacional e cultural que o dado representa), também, por outro, deve ser visto como uma oportunidade de fomento de um mercado a ser expandido. É preciso pensar em estratégias específicas para enfrentar essa situação.

### *VENDA PORTA A PORTA*

Apesar de pouco visível, é uma atuação nada desprezível. Para se ter uma idéia, todo o setor editorial emprega pouco mais de 20 mil pessoas, enquanto os vendedores de livros no sistema porta a porta são pelo menos 30 mil pessoas. E não apenas isso. Considerando, a título de comparação, o que se passa nesse sistema de vendas na área de produtos de cosmética, que gera emprego para mais de 1,5 milhão de pessoas, fica explícita a capacidade de expansão da atividade. Parece-nos o caso de se pensar num programa de incentivo à formalização dos vendedores de livros, talvez como representantes locais, aumentando sua proteção social e possibilidades de vencimentos. Seria muito justo, dado o papel importante que desempenham junto às populações com maiores dificuldades de acesso ao livro.

### *BIBLIOTECAS*

Trata-se, indubitavelmente, do segmento da cadeia produtiva do livro em que o Brasil se encontra mais atrasado. Embora não sejam poucas, em geral são pobres de acervo e de estrutura física. Muitas vezes são isoladas, mal administradas e, em sua maioria, incapazes de atender à demanda do público leitor. Os acervos são freqüentemente pilhados.

As bibliotecas poderiam representar um grande segmento para a economia do livro, como ocorre em países desenvolvidos. Elas têm a capacidade de levar o produto a uma grande quantidade de leitores, inclusive aqueles pertencentes aos segmentos mais pobres da sociedade. Se ao menos a metade dos cerca de cinco mil municípios brasileiros contasse com bibliotecas que efetivamente atendessem ao público, somente esse segmento seria responsável por aumentar significativamente a tiragem média dos títulos. Para tal, é importante repensar o papel da biblioteca e estruturar uma política de atendimento da audiência. É preciso definir os perfis de bibliotecas com os quais se pretende trabalhar (bibliotecas de incentivo à leitura de jovens, de acesso a comunidades isoladas, de acervo histórico, de ênfase acadêmica etc.) e alocá-las junto ao público adequado. A partir dessa estratégia, com a orientação para a promoção do acesso do público ao material de seu interesse, atuar na renovação completa das bibliotecas, inclusive das instalações físicas e da estrutura tecnológica.

### *NOVAS TECNOLOGIAS*

A era digital trouxe componentes novos ao mercado editorial, sendo este um dos maiores impactados em toda a economia criativa. Pode-se, em grande medida, atribuir a redução dramática das tiragens dos títulos publicados ao fato de que uma parte gigantesca do conteúdo escrito produzido estar disponível na internet, seja ele de natureza técnica, acadêmica, literária ou de entretenimento de maneira geral. A cultura digital, a fartura de conteúdo oferecido gratuitamente, moldam o comportamento do consumidor, especialmente do público jovem, que é o consumir de hoje e do futuro.

A internet, no entanto, não é um problema, mas sim uma nova via de transmissão de conteúdo e, portanto, comercial. Embora o mercado editorial esteja fortemente presente na internet, o seu potencial de crescimento ainda é muito grande. Os novos consoles para leitura de arquivos digitais parecem disputar um mercado promissor, atraindo empresas como Apple e Amazon, fabricantes dos cobijados I-pad e Kindle, respectivamente, o que contribui para a expansão da cadeia econômica editorial para uma esfera industrial de alta tecnolo-

gia. Está, portanto, em marcha um profundo rearranjo no setor.

A esse respeito, podemos verificar no quadro seguinte a evolução dos canais de comercialização de livros no Brasil e, especialmente, o rápido crescimento da internet, cujos dados começaram a ser disponibilizados a partir do ano 2000. Ela ainda perde em volume de comercialização para parte significativa dos outros canais, no entanto, é o único canal que apresenta crescimento constante e muito expressivo no período avaliado.

Evolução dos Canais de Comercialização de Livros no Brasil - 1998 / 2003 (em milhares de exemplares)

CANAL	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Empresas	n.d.	n.d.	n.d.	650	620	1.400
Distribuidores/Livrarias	148.963	111.958	99.443	115.800	116.160	108.420
Bancas	1.814	2.512	1.392	1.540	1.430	930
Venda Conjunta	n.d.	149	686	290	2.740	110
Marketing Direto	8.632	6.270	5.404	4.830	5.320	4.780
Supermercado	9.249	13.231	4.245	6.480	4.070	2.940
Porta-a-Porta	4.352	5.902	4.432	9.860	6.920	8.540
Governos Estaduais/Municipais	36.373	11.425	19.142	4.690	18.500	7.100
Bibliotecas	1.120	1.709	1.004	610	610	610
Feiras de Livro	5.563	10.722	8.630	1.980	2.830	2.400
Escolas	8.760	9.100	6.382	4.960	6.260	4.030
PNLD	114.000	64.160	115.117	116.500	143.700	103.860
Liquidações	n.d.	657	2.323	3.820	2.710	4.230
Outros	71.507	51.882	65.941	27.030	8.300	5.770
Internet	n.d.	n.d.	93	360	420	710
<b>Total</b>	<b>410.335</b>	<b>289.679</b>	<b>334.235</b>	<b>299.400</b>	<b>320.600</b>	<b>255.830</b>

Fonte: La Rovere (2004), visto em Sá Earp, F. e Kornis, G. (2005) A Economia da Cadeia Produtiva do Livro (Rio de Janeiro: BNDES) pag.43

### ALGUNS DOS PRINCIPAIS STAKEHOLDERS DA CADEIA DO LIVRO

CBL – Câmara Brasileira do Livro

SNEL – Sindicato Nacional dos Editores de Livros

ABRELIVROS – Associação Brasileira dos Editores de Livros

ANL – Associação Nacional de Livrarias

ABDL – Associação Brasileira de Difusão do Livro

ANE – Associação Nacional de Escritores

AEILIJ – Associação de Escritores e Ilustradores de Literatura Infantil e Juvenil

ABRALE – Associação Brasileira dos Autores de Livros Educativos

ABIGRAF – Associação Brasileira da Indústria Gráfica

ABL – Academia Brasileira de Letras

### 3.4 OUTRAS CADEIAS PRODUTIVAS

Apresentamos a seguir alguns dados que chamam atenção nas cadeias produtivas da economia dos jogos eletrônicos e dos espetáculos ao vivo. Todas as informações a seguir foram extraídas do estudo produzido pelo BNDES<sup>48</sup>.

#### JOGOS ELETRÔNICOS

1. “O jogo eletrônico é um produto que associa software e produção audiovisual, inclusive música, demandando em larga escala conteúdos, criatividade e inovação.

2. “Na produção de jogos, os custos com roteiristas, diretores de arte, desenhistas,

animadores, músicos, dubladores etc. podem ser três vezes maiores que com os profissionais da computação.

3. “Os jogos eletrônicos têm enorme potencial de utilização como ferramenta de educação.

4. “O segmento dos jogos para consoles representa quase 60% do mercado, chegando a 80% do latino-americano; o restante do mercado é de jogos on-line e para telefones celulares.

5. “Em 2006, o total de vendas de jogos eletrônicos no mundo foi de US\$ 31,6 bilhões, resultado de um incremento de 45% desde 2002, com previsão de crescimento médio de 9% até 2011.

6. “A pirataria inibe investimentos no setor. Estudo da IDG Consulting, realizado em 2004, estimou a pirataria de jogos no País em 94%, o que corresponderia a um prejuízo calculado em US\$ 210 milhões.”

#### PRINCIPAL STAKEHOLDER DA CADEIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS<sup>49</sup>

ABRAGAMES – Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos

ANPI – Associação Nacional dos Provedores de Internet

#### ESPETÁCULOS AO VIVO

1. “A cadeia produtiva de espetáculos ao vivo compõe-se de dois segmentos principais: a produção de espetáculos (teatro, dança, música, circo) e as casas de espetáculos (teatros, salas de espetáculo).

2. “As salas de espetáculo são vitais nesse mercado, pois permitem o escoamento da produção criativa, além de novas explorações culturais.

3. *“Apenas 22% dos 5.564 municípios no Brasil possuíam salas de espetáculo em 2006, que, segundo a FUNARTE somam 1.224 unidades.*

4. *“Há forte concentração de estabelecimentos na Região Sudeste (56%), principalmente nos municípios do Rio de Janeiro e de São Paulo; 20% se encontram na Região Nordeste, 15% na Região Sul, 5% na Região Centro-Oeste e 4% na Região Norte.*

5. *“O desempenho de bilheteria de espetáculos de grande porte com preços mais elevados em outras capitais, com Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte e Brasília, demonstra a existência de demanda fora do eixo RJ-SP.*

6. *“Cinquenta por cento das casas de espetáculo pertencem ao governo, e a maioria dessas ainda está sob administração pública e apresenta deficiências na gestão.*

7. *“O segmento da produção teatral é extremamente dependente de recursos de renúncia fiscal: as receitas de bilheteria dificilmente cobrem o custo para se produzir uma peça e manter o espetáculo em cartaz, situação agravada pelo difundido uso indevido do direito à meia-entrada, que acarreta elevação do preço do ingresso e a conseqüente retração da demanda.*

8. *“Desde a criação das leis de incentivo, houve um aumento da produção teatral, mas, em sentido inverso, houve uma redução do número de sessões semanais dos espetáculos (de seis a oito antes da lei; duas ou três atualmente) e o encurtamento das temporadas.*

9. *“O direito de utilização da marca do anunciante no “nome fantasia” da casa de espetáculo – naming rights – também tem sido utilizado como fonte de receita.”*

## ALGUNS DOS PRINCIPAIS STAKEHOLDERS DA CADEIA DOS ESPETÁCULOS AO VIVO

FUNARTE – Fundação Nacional de Artes

APTR – Associação dos Produtores de Teatro do Rio de Janeiro

ABEART – Associação Brasileira de Empresários Artísticos

ABRAPE – Associação Brasileira de Produtores de Espetáculo

Casas Associadas – Associação Brasileira das Casas de Shows Independentes

Sindicatos Profissionais Diversos – atuando em áreas concernentes ao universo dos espetáculos ao vivo (músicos, atores, cenógrafos, técnicos de iluminação, técnicos de som, artistas de circo etc.)

Secretarias Estaduais de Cultura – responsáveis pela gestão de equipamentos públicos para espetáculos ao vivo

Empresas Privadas – que operam com a adoção de casas de espetáculos com exploração de sua marca (naming rights), tais como Vivo, TIM, Visa, Credicard etc.

## 4. O PAPEL DO ESTADO PARA O FORTALECIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

Em todos os locais (países, regiões, cidades) onde a economia criativa teve avanços significativos, o estado teve um papel decisivo na indução, fomento e organização do setor. E a recente crise internacional, que abalou as estruturas econômicas do mundo desenvolvido, alertou-nos ainda mais sobre os limites do mercado em relação à conciliação / mitigação de seus conflitos, promovendo em grande medida o ressurgimento do estado como protago-

nista no papel de regulação social e econômica, notadamente aqueles países tradicionalmente mais avessos a interferências de tal natureza, justamente os mais ricos.

Como vimos nesta análise setorial, todas as experiências bem sucedidas foram conduzidas pelo estado. Assim como as experiências, ainda em curso, que sinalizam com perspectivas animadoras. Isso se deve, entre outras coisas:

1. Ao papel que tradicionalmente o estado desempenha na preservação e difusão da cultura;
2. À legitimidade conferida pela sociedade, possuindo a respectiva isenção e poder de moderação, fundamentais ao mediar ou conduzir processos que, freqüentemente, confrontam atores importantes de seus segmentos;
3. À visão que o estado possui da sociedade como um todo, compreendendo de modo mais acurado suas debilidades, potenciais e áreas de maiores necessidades de investimento, contando, inclusive, com aparelhos de produção de estatísticas.

## CONCLUSÕES

A economia criativa é inegavelmente tema de grande interesse internacional, sendo objeto de políticas públicas em países de todas as regiões do globo, independentemente dos estágios de desenvolvimento em que se encontram tais nações. As quase duas décadas em que a economia criativa tem inserção sistemática nas agendas públicas mostram que não se trata de uma 'tendência', mas de *realidades regionais* que se encontram em distintos estágios de maturação.

A despeito de todo o potencial da economia criativa como alavanca para o desenvolvimento econômico e social, o

que é largamente reconhecido, é fato que muitos países têm dificuldade na realização de seu potencial.

A implementação de "políticas criativas" (em apoio às indústrias criativas e cidades criativas) em diferentes cidades e regiões de todo o mundo tem levado a questionamentos com relação à aplicabilidade destas intervenções em diferentes contextos locais, regionais e nacionais.

Mais especificamente falando, políticas criativas geradas em países desenvolvidos podem ser transferidas ao contexto sul americano, e vice-versa?

Quais são os desafios e dificuldades em definir e dimensionar as indústrias criativas na América do Sul, em comparação com o Reino Unido e outros países desenvolvidos?

Como estes desafios e oportunidades para o desenvolvimento das indústrias criativas do hemisfério Sul são tratados por cidades e regiões específicas, e como poderiam ser incorporados às políticas públicas, levando-se em conta *necessidades* e *contextos* específicos?

Assim, pactuo com a importância da assinatura da Carta da Cultura por todos os representantes sul-americanos deste Seminário, de forma a estabelecer uma network que efetivamente investigue se conhecimentos e metodologia de obtenção de dados gerados nos países desenvolvidos podem ser aplicados em países da América do Sul.

## Bibliografia e Referências estatísticas

CASTRO, C. L.L. *Debate Sobre Indústrias Criativas: Uma Primeira Aproximação Para o Estado da Bahia*. 2005. Disponível IN: <[http://www.mesteco.ufba.br/scripts/arquivos/at\\_ecobai\\_06.pdf](http://www.mesteco.ufba.br/scripts/arquivos/at_ecobai_06.pdf)>.

- COMMONWEALTH. *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, Canberra: 1994. Disponível IN: <<http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>>.
- CHANDAVARKAR, N. *Building Socially-Inclusive Creative Economies: The Case For An International Institution*. 2005.
- D'ALMEIDA, F; ALLEMAN M. E. *Les Industries Culturelles Des Pays Du Sud*. 2004. Disponível IN: <[http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Industries\\_cult.\\_pays\\_du\\_sud\\_2004.pdf](http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Industries_cult._pays_du_sud_2004.pdf)>
- FIRJAN. *Estudos para o Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil. n° 2, 2008*. Disponível IN: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE9215B0DC40121685C72026F2E.htm>>
- FONSECA, A. C. R. (Org). *Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Disponível IN: <[http://www.garimpodesolucoes.com.br/download/s/ebook\\_br.pdf](http://www.garimpodesolucoes.com.br/download/s/ebook_br.pdf)>
- FONSECA, A. C. R; DEHEINZELIN, L. *Centro Internacional de Economia Criativa – CIEC: Documento Referência/Constituição Comitê Deliberativo*. 2005.
- FUNDAÇÃO, JOÃO PINHEIRO. *Diagnóstico dos Investimentos em Cultura No Brasil – vol. 3*.1998.
- GORDON, J.C. ; BEILBY-ORRIN, H. *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture – (OCDE, Paris), 2007*. Disponível IN: <<http://www.oecd.org/dataoecd/26/51/37257281.pdf>>.
- GORGULHO, L. F.; GOLDENSTEIN, M., MACHADO A. P. V., Taboas de Mello, G. A. *A Economia da Cultura, o BNDES e o Desenvolvimento Sustentável*. 2007. Disponível IN: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3007.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3007.pdf)>.
- GLA Economics. *London's Creative Sector*. 2004 Update. Disponível IN: <[http://www.planotecnologico.pt/document/london\\_creative\\_sector\\_2004.pdf](http://www.planotecnologico.pt/document/london_creative_sector_2004.pdf)>.
- HOWKINS, J. *Enhancing The Creative Economy – Shaping an International Centre on Creative Industries*. Salvador. 2005.
- KEA European Affairs. *The Economy of culture in Europe*. 2006. Disponível IN: <<http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf>>.
- MIGUEZ, P. *Repertório de Fontes Sobre Economia Criativa*. 2007. Disponível IN: <[http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio\\_economia\\_criativa.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf)>.
- MINC - Ministério da Cultura (Brasil) / IBGE – *Sistema de Informações e Indicadores Culturais*. 2003 – 2005. Disponível IN: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic\\_culturais/2003/indic\\_culturais2003.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2003/indic_culturais2003.pdf)>.
- POL, H. van der – UIS – UNESCO. *Institute for Statistics – Measurement Issues in Relation to Cultural Statistics*. Istanbul: 2007. Disponível IN: <[http://www2.dpt.gov.tr/oecd\\_ing/topkapi\\_a/29June2007/9.00-10.30/Hendrik%20pol\\_-Istanbul-2007\\_2.ppt](http://www2.dpt.gov.tr/oecd_ing/topkapi_a/29June2007/9.00-10.30/Hendrik%20pol_-Istanbul-2007_2.ppt)>.
- PORTA, P. *Economia da Cultura – Um Setor Estratégico para o País*. Ministério da Cultura / PRODEC. Disponível IN: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/texto-sobre-o-prodec-paula-porta.pdf>>.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS - *Global Entertainment and Media Outlook 2006 – 2010*.
- PNUD. *Relatório do Desenvolvimento Humano – Liberdade Cultural num Mundo Diversificado*. 2004. Disponível IN: <<http://www.pnud.org.br/rdh/>>.
- SÁ EARP, F. (Org). *Pão e Circo: Fronteiras e Perspectivas da Economia do Entretenimento*. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002.
- SÁ EARP, F; KORNIS, G. *A Economia da Cadeia Produtiva do Livro*. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.
- UIS UNESCO Institute for Statistics - *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003 – Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*. Montreal: 2005. Disponível IN: <[http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows\\_EN.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf)>.
- UNCTAD. *Creative Economy Report – The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making*. 2008. Disponível IN: <[http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)>.
- UNCTAD Secretariat, com contribuição de Jaguaribe, A. *Setting The Institutional Parameters of the International Centre on Creative Industries (ICCI)*. 2005. (documento não-oficial)

<sup>1</sup> Universidade Federal Fluminense

<sup>2</sup> Consultor British Council

<sup>3</sup> UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development (2008) The Creative Economy Report (pág. 106) [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf]

<sup>4</sup> UIS UNESCO Institute for Statistics - International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994 - 2003 - Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade (Montreal, 2005) (página 9) [http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows\_EN.pdf]

<sup>5</sup> Pol, H. van der – UIS - UNESCO Institute for Statistics – Measurement Issues in Relation to Cultural Statistics (Istanbul, 2007) [http://www2.dpt.gov.tr/oeecd\_ing/topkapi\_a/29June2007/9.00-10.30/Hendrik%20pol\_-Istanbul-2007\_2.ppt]

<sup>6</sup> Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights

<sup>7</sup> General Agreement on Tariffs and Trade

<sup>8</sup> <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf>

<sup>9</sup> Gorgulho, L. F., Goldenstein, M., Machado Alexandre, P. V., Taboas de Mello, G. A. – A Economia da Cultura, o BNDES e o Desenvolvimento Sustentável (página 308) [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3007.pdf]

<sup>10</sup> UNCTAD (2008) The Creative Economy Report (página 5) [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf]

<sup>11</sup> Santos-Duisenberg, E. dos, em Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável?, inserido em Fonseca Reis, A. C. (organização) (2008) Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento (São Paulo: Editora Itaú Cultural) (página 64)

<sup>12</sup> Ministry For Creative Industries and Tourism

<sup>13</sup> UNCTAD (2008) The Creative Economy Report (página 29) [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf]

<sup>14</sup> De acordo com o estudo “International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture”, realizado por John C. Gordon e Helen Beilby-Orrin para a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), em 2003, o mercado editorial do Reino Unido era estimado em 8,6 bilhões de libras esterlinas, contribuindo com 1,2 % do PIB. [http://www.oecd.org/dataoecd/26/51/37257281.pdf]

<sup>15</sup> Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) – International Measurement of the

Economic and Social Importance of Culture (página 7) [http://www.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf?cote=STD/NAFS(2007)1&doclanguage=en]

<sup>16</sup> GLA Economics (2004) London’s Creative Sector: 2004 Update (Executive Summary) [http://www.planotecnologico.pt/document/london\_creative\_sector\_2004.pdf]

<sup>17</sup> Cabe ressaltar que a inserção de uma cidade na Rede Cidades Criativas, da UNESCO, depende de iniciativa da própria cidade, a qual deve obedecer alguns critérios para a sua aceitação.

<sup>18</sup> Santos-Duisenberg, E. dos, em Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável?, inserido em Fonseca Reis, A. C. (organização) (2008) Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento (São Paulo: Editora Itaú Cultural) (página 64)

<sup>19</sup> Facundo, S., A Economia Criativa e as Possibilidades de Desenvolvimento na Argentina, inserido em Fonseca Reis, A. C. (organização) (2008) Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento (São Paulo: Editora Itaú Cultural) (páginas 169 e 170)

<sup>20</sup> [www.sicsur.org](http://www.sicsur.org)

<sup>21</sup> Piedras, E., em México: Tecnologia e Cultura para um Desenvolvimento Integral, inserido em Fonseca Reis, A. C. (organização) (2008) Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento (São Paulo: Editora Itaú Cultural) (página 146)

<sup>22</sup> <http://www.ecultura.gob.mx>

<sup>23</sup> [http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/Dakar\\_Plan\\_of\\_Action-en.pdf](http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/Dakar_Plan_of_Action-en.pdf)

<sup>24</sup> Xiong Chengyu, em Tendências Atuais da Indústria Cultural Chinesa, inserido em Fonseca Reis, A. C. (organização) (2008) Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento (São Paulo: Editora Itaú Cultural) (página 228)

<sup>25</sup> UNCTAD (2008) The Creative Economy Report (pág. 181) [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf]

<sup>26</sup> Porta, P. (Ministério da Cultura / PRODEC) Economia da Cultura – Um Setor Estratégico para o País [http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/texto-sobre-o-prodec-paula-porta.pdf]

<sup>27</sup> Ministério da Cultura / IBGE - Sistema de Informações e Indicadores Culturais (2003 - 2005), [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic\_culturais/2003/indic\_culturais2003.pdf]

- <sup>28</sup> FIRJAN (2008) Estudos para o Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro (No. 2) A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil [http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE9215B0DC40121685C72026F2E.htm]
- <sup>29</sup>http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\_pt/Areas\_de\_Atacao/Cultura/Procult/index.html
- <sup>30</sup> Fundação João Pinheiro (1998) Diagnóstico dos Investimentos em Cultura No Brasil – volume 3 (páginas 13 e 43)
- <sup>31</sup> PriceWaterhouseCoopers - Global Entertainment and Media Outlook 2006 – 2010
- <sup>32</sup> Fonseca Reis, A. C. (2008) Economia Criativa Como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Visão dos Países em Desenvolvimento (Ed. Itaú Cultural, São Paulo) (página 129) [http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook\_br.pdf]
- <sup>33</sup> Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy, Outubro de 1994 (Cambera, Austrália) [http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html]
- <sup>34</sup> Escola de pensamento formada por revisionistas neo-marxistas, inicialmente abrigados no Instituto de Pesquisa Social, da Universidade de Frankfurt.
- <sup>35</sup> Department for Culture, Media and Sport [http://www.culture.gov.uk]
- <sup>36</sup> http://www.creativeclusters.com
- <sup>37</sup> UNCTAD (2008) The Creative Economy Report (pág. 12) [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf]
- <sup>38</sup> Department For Culture, Media and Sport (órgão do Ministério das Indústrias Criativas e do Turismo do Reino Unido)
- <sup>39</sup> Organização Mundial da Propriedade Intelectual (ou WIPO, na sigla em inglês).
- <sup>40</sup> UNCTAD XI, São Paulo, 2004 – High Level Panel on Creative Industries and Development
- <sup>41</sup> UNCTAD (2008) The Creative Economy Report (pág. 13) [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\_en.pdf]
- <sup>42</sup> Howkins, J. (2001) The Creative Economy: How People Make Money from Ideas
- <sup>43</sup> Prestes Filho, L. C. (2004) Cadeia Produtiva da Economia da Música (Rio de Janeiro: Instituto Gênesis / PUC-RJ)
- <sup>44</sup> De acordo com o relatório produzido em 2005 pelo IFPI – International Federation of Phonographic Industry, O Brasil ocupava a quarta posição no ranking mundial de pirataria de música, atrás apenas de China, Rússia e México, movimentando 200 milhões de dólares, sendo que cerca de 50% dos CDs que circulavam no país eram piratas.
- <sup>45</sup> ABPD (2009) Mercado Brasileiro de Música. Disponível em: [http://www.abpd.org.br/downloads.asp]
- <sup>46</sup> A Petrobras é a maior patrocinadora do cinema brasileiro.
- <sup>47</sup> Sá Earp, F. (Organização) (2002) Pão e Circo: Fronteiras e Perspectivas da Economia do Entretenimento. (Rio de Janeiro: Palavra e Imagem) (página 29)
- <sup>48</sup> Gorgulho, L. F., Goldenstein, M., Machado Alexandre, P. V., Taboas de Mello, G. A. (2007) A Economia da Cultura, o BNDES e o Desenvolvimento Sustentável [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bndes/set3007.pdf]
- <sup>49</sup> O mercado é, como sempre, composto por vários atores. No caso dos jogos eletrônicos, apesar do volume comercializado e do seu potencial, não encontramos muitas organizações representativas do setor. Atuam no mercado as grandes empresas, fabricantes dos consoles e dos computadores, e pequenos estúdios de desenvolvimento ou empreendedores individuais, mas com pouca ação coletiva em torno de sua atuação.

Contato:

Dr<sup>a</sup> Alessandra Meleiro  
ameleiro@puro.uff.br

## **Funk: experiências de pesquisa em cadeias produtivas da cultura**

### **Funk: experiencias de investigación en las cadenas de producción de la cultura**

### **Funk: research experiences in production chains of culture**

**Elizete Ignácio dos Santos<sup>1</sup>**

**Palavras chave:**

Funk

Economia criativa

Economia da cultura

Música

**Resumo:**

Nesta comunicação buscamos compartilhar uma experiência de pesquisa social na área de economia da cultura, com o objetivo de trazer novos elementos para o debate travado neste campo. Assim apresentamos as contribuições que as investigações realizadas com agentes atuantes no mercado do funk carioca nos trouxeram ao mensurarmos os impactos econômicos da produção deste gênero musical na cidade do Rio de Janeiro. Este gênero está intrinsecamente vinculado ao contexto socioeconômico e cultural dos seus artistas e produtores. Porém, e apesar de usarem uma linguagem escrita e musical totalmente referenciada a estes contextos, expandiu-se para além de suas regiões originais, tornando-se conhecido no Brasil e no exterior.

**Resumen:**

En esta comunicación queremos compartir una experiencia de investigación social en el campo de la economía de la cultura, con el fin de aportar nuevos elementos al debate en este campo. Así se presentan las aportaciones que las investigaciones de los agentes que trabajan en el mercado de el funk carioca (RJ) nos han llevado en la medición de los impactos económicos de la producción de este género musical en el Rio de Janeiro. Él está intrínsecamente ligado al contexto socioeconómico y cultural de sus artistas y productores. Sin embargo, mismo que utilice de un lenguaje escrito y las referencias musicales de sus contextos, se ha expandido más allá de sus regiones de origen, llegando a ser conocido en Brasil como en el extranjero.

**Palabras clave:**

Funk  
Economía creativa  
Economía de la cultura  
Música

**Key words:**

Funk  
Creative economy  
Culture economy  
Music

**Abstract:**

In this paper we seek to share one experience of social research in the field of cultural economy, in order to bring new elements to the debate in this field. So we present the contributions that investigation with agents working in the the funk carioca have brought us in measuring the economic impacts of production of that musical genre in Rio de Janeiro. That genre is intrinsically linked to the socioeconomic and cultural context of its artists and producers. However, despite of using a written and musical language what is totally referenced to its contexts, have expanded beyond its original regions, becoming known in Brazil and abroad.

## Funk: experiências de pesquisa em cadeias produtivas da cultura<sup>2</sup>

Nesta comunicação buscamos compartilhar uma experiência de pesquisa social na área de economia da cultura, com o objetivo de trazer novos elementos para o debate travado neste campo. Assim apresentamos as contribuições que as investigações realizadas com agentes atuantes no mercado do funk carioca nos trouxeram investigarmos os impactos econômicos da produção deste gênero na cidade do Rio de Janeiro. O Funk, assim como outras manifestações culturais, é intrinsecamente vinculado ao contexto socioeconômico e cultural dos seus artistas e produtores. Porém, e apesar de usar uma linguagem escrita e musical totalmente referenciada a estes contextos, expandiu-se para além de suas regiões originais, tornando-se conhecidos no Brasil e no exterior.

Para Miguez (2007) a antropologia e a sociologia da cultura perderam a hegemonia sobre este campo com a perspectiva lançada pelos estudos de economia da cultura. Esta nova compreensão ressalta a sua importância para o desenvolvimento humano e que sua substancial magnitude econômica tem contribuído para que governos e empresas lancem sobre a economia da cultura um novo olhar. Colabora para esta nova configuração a atual importância dada à capacidade criativa como novo motor da economia capitalista (MIGUEZ: 2007). Assim, este campo vem recebendo maior atenção, se tornando objeto de estudo e de políticas públicas, orientados pela compreensão da cultura como fator de desenvolvimento econômico. É neste contexto que cresce o estímulo à produção de dados que informem o tamanho e a importância deste

setor para as economias nacionais (UNESCO: 2003, UNCTAD: 2008), assim como uma tendência mundial na identificação de vocações culturais locais que possam se concretizar também na forma de produtos e serviços que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico (SCOTT: 1997). Neste sentido o próprio processo de produção de bens culturais pode ser considerado como um vetor de desenvolvimento do qual o público / consumidor participa de forma mais efetiva e interativa (HERSCHMANN E KISCHINHEVSKY: 2005).

Em resumo, a produção e circulação de bens culturais passam a ser vistas como novas formas de pensar os rumos do modelo de desenvolvimento socioeconômico e que podem ser compreendidas a partir de seu potencial transformador: como veículo de promoção do desenvolvimento social fortemente atrelado ao desenvolvimento humano. Contudo, esta perspectiva vem se centrando quase que exclusivamente na produção de dados quantitativos cujo objetivo é demonstrar o potencial econômico do fazer cultural (ver IBGE: 2006). Esta produção vem se tornando, então, base de um discurso de valorização econômica da esfera cultural frente às outras esferas sociais, apoiada na expansão do conceito de *diversidade cultural*, que tem orientado políticas nacionais específicas (MIGUEZ: 2007).

Este tema da economia da cultura entrou em voga ao longo da primeira década deste século, com o fortalecimento da perspectiva britânica da economia criativa – que embarcaria tanto os fazeres e práticas artísticas e culturais quanto as indústrias e serviços, no sentido mais estritamente econômico, de jogos eletrônicos, música, cinema, rádio, TV, livros, etc. – como motor da economia em tempos de revolução tecnológica<sup>3</sup>.

At the heart of the creative economy lie the creative industries. Loosely defined, the creative industries are at the crossroads of arts, culture, business and technology and use intellectual capital as their primary input. Today's creative industries range from folk art, festivals, music, books, newspapers, paintings, sculptures and performing arts to more technology-intensive subsectors such as the film industry, TV and radio broadcasting, digital animation and video games, and more service-oriented fields such as architectural and advertising services. (UNCTAD, p. IV: 2008)<sup>4</sup>

Tal visão se espalhou e conseguiu adesão em outros países europeus, cuja economia “clássica” apresentava fortes vínculos com indústria cultural. Rapidamente países em desenvolvimento – entre eles o Brasil (IBGE: 2006) – passaram a dedicar mais atenção aos impactos econômicos das indústrias culturais, buscando mensurá-los. Iniciaram-se então processos para identificar como os setores criativos contribuem para o fortalecimento das economias nacionais, levando em consideração o peso destes na geração de emprego, renda e impostos em diversas regiões. A favor das chamadas indústrias criativas contaria ainda o perfil socialmente inclusivo – visto que especialmente as artes permitem maior inserção de grupos subalternos – e seu menor potencial de dano ecológico ou, em outra perspectiva, o maior potencial de sustentabilidade em longo prazo.

Observa-se um aspecto fundamental do modo como as economias criativas são pensadas: entende-se que elas abarcam o *trabalho criativo* ou *intelectual*, a *promoção* e a *gestão* das *ideias* e da *inovação*. Estas categorias usuais para se debater a economia criativa revelam que ela é pensada a partir da velha antinomia

*trabalho intelectual / trabalho manual*. Quando esta antinomia é internalizada enquanto uma dialética, o *pensar* e o *fazer* de manifestações artísticas ou culturais individuais ou coletivas, pode indicar caminhos interessantes para sua compreensão em diversos vieses, incluindo o econômico. Porém se vista como uma oposição inconciliável, no qual o pensar ou o intelecto tem primazia, dificilmente se poderá chegar a algum lugar, visto que as cadeias produtivas das indústrias criativas englobam tanto do trabalho chamado “manual” – ou prático – quanto do trabalho “intelectual” - ou criativo.

Como hipótese devemos considerar que a criatividade é parte de todas as indústrias e serviços, assim como a execução – ou a prática – são essenciais para a materialização de qualquer que seja a *ideia* ou *criação*. E que o “gênio criativo” não se encerra em um indivíduo, mas é fruto do trabalho cooperativo de diversos sujeitos sociais – indivíduos ou grupos – interligados em rede.

Outro ponto a ser destacado diz respeito ao que se considera essencial como *resultado* do *produto* artístico ou cultural. Na visão economicista a produção se destina à comercialização e em ambos os casos a lucratividade é parte essencial do *negócio*. Deste modo, torna-se difícil compreender como levar adiante modelos de negócios financeiramente pouco rentáveis. Como entender que *empreendedores culturais* visem dedicar seu tempo sem a perspectiva de retorno financeiro a curto, médio ou longo prazo? Todas estas questões são exaustivamente trabalhadas nos cursos de gestão de negócios (e, atualmente, no que se convencionou chamar, gestão de *carreiras*). No entanto, quando pensamos no *profissional* ou *empreendedores* da cultura, comumente lembraremos expressões como “voca-

ção”, “abnegação”, “dedicação”, “esforço”, “vontade”, “paixão”, “dom” ou “talento”. Ou ainda “sucesso”, e “reconhecimento”.<sup>5</sup>

Quantas vezes ouvimos artistas ou produtores culturais afirmarem que continuam no próprio ofício por “paixão”, “vocação” ou “dom”? Atuar no campo da cultura remete a aptidões tidas como inatas. Isto não significa que não possam ser conquistadas: nem todas as crianças que aprendem a tocar um instrumento aos cinco anos serão *mozarts!* E nem todos os grandes pintores apresentaram aptidões fantásticas na infância! Em parte porque a arte e a cultura tem a capacidade de se reinventar e, quando isto ocorre, a balança entre o estabelecido e a novidade (ou *outsider*) pende para a primeira situação. Motivações não estritamente econômicas estimulam o surgimento de vários modelos de negócios e empreendimentos. No entanto estas categorias são centrais para se compreender a produção artística e cultural.

A economia da cultura não pode ser compreendida sem levar em consideração as dinâmicas sociais e os *ethos* de grupos que passam longe da visão econômica dos “negócios”. A perspectiva de que em última instância todo empreendimento – e seus produtos – devem “gerar lucro” é bastante discutida<sup>6</sup> e neste campo mais específico deve ser lida com certa desconfiança e uma dose de ironia. Caso contrário, a compreensão das dinâmicas econômicas no campo da cultura será mais difícil e corre-se o risco de cair em perspectivas etnocêntricas ou reducionistas.

Percebe-se nos discursos que a vertente econômica tornou-se um dos meios de assegurar políticas públicas, financiamentos, apoio e fomento para o setor cultural. Aqui, mais uma ressalva deve ser feita: é preciso ter cuidado então para que a arte e a cultura não sejam

sequestradas pela economia e que as especificidades da produção neste campo sejam consideradas tanto no processo de investigação dos impactos econômicos quanto nos discursos que irão basear as ações voltadas para o fortalecimento dos segmentos que o compõem. Assim, não se trata de abdicar de estudos e pesquisas que orientem o fomento a este campo, mas de observá-lo em suas especificidades.

Logo, o discurso centrado na mensuração econômica desconsidera que parte da especificidade deste campo é ser uma prática do fazer cotidiano de seus agentes e o público que dele participa. Um dos objetivos deste artigo é discutir estes pressupostos, tendo em conta os significados que o fazer cultural assumem para os seus agentes, ou seja, observando as dimensões não-econômicas que lhe dão sustentação. Acredita-se que artistas, empresários, produtores, financiadores e público participem deste campo não apenas por motivações econômicas, mas também por interesses pessoais e subjetivos, difíceis de serem mensurados e que, por vezes, contrariam a lógica econômica clássica. Isto parece mais notável em manifestações culturais populares ou que não são baseadas nas indústrias culturais reguladas pelo Estado – como a indústria fonográfica, a cinematográfica, ou mesmo teatro e televisão – e podem, por isso, serem caracterizadas como economias informais da cultura.

Para Cunha (2006), a imprecisão do conceito de informalidade, na medida em que é tomada para explicar diferentes fenômenos, é ao mesmo tempo fonte das críticas que ele recebe como categoria analítica e da força que tem enquanto tal, pois justapõe estes mesmos fenômenos. A sua utilidade estaria menos em observar um fenômeno como emergência do conceito do que “como um processo, no

qual se põem à prova e se vão redefinindo as fronteiras das instituições econômicas formais” (CUNHA: 2006, p. 221). Neste sentido, as variáveis que darão contorno a uma atividade informal não poderiam ser pré-definidas de modo a abarcar todos os fenômenos analiticamente tratados como informais. Dever-se-ia considerar ainda que as associações entre o conceito de informalidade com o de ilegalidade – seja para distingui-los em absoluto, seja confundi-los como uma mesma coisa – são menos eficazes como ponto de partida para a análise: em muitos dos fenômenos considerados informais, e mesmo entre os formais, observa-se a porosidade entre o legal e o ilegal, tornando as relações um tanto híbridas. Deste modo, se por um lado não se deve tratar as atividades econômicas dos grupos ou setores observados como deflagradoras ou resultantes de ações ilícitas, também não se pode deixar de lado os limites da ilegalidade como fatores que contribuem na estruturação da economia informal (CUNHA: 2006).

Assim, o conceito de informalidade seria positivado na medida em que permite ultrapassar certas dicotomias – como a clivagem entre relações econômicas e relações sociais ou mesmo entre legalidade e ilegalidade. Outro aspecto considerado por Cunha visa observar a mudança de perspectiva sobre a informalidade, na qual as atividades consideradas informais deixam de ser vistas como um objeto e passam a ser trabalhadas como um projeto, ou seja, como um modelo alternativo a contextos históricos e econômicos estabelecidos nas sociedades capitalistas avançadas. Nesta perspectiva, a atividade econômica informal no Funk é tomada como ponto de partida para a investigação de outras relações estabelecidas tanto em nível local, quanto regionais e nacionais, assim como de relações estruturantes da vida social, em que pesem a

formação de identidades locais, de fortalecimento de laços sociais e de sustentabilidade não somente econômica, mas moral. Pode-se, então, ir além das análises que tomam a informalidade como uma característica do atraso a ser, necessariamente, ultrapassado nas sociedades capitalistas desenvolvidas, mas como uma associação que pode se originar de diversas formas ou situações e para o qual contribuem diversos fatores.

No caso do Funk carioca, há um misto de formalidade e informalidade, com prevalência do segundo. As equipes de som são micro ou pequenas empresas, em sua maioria, registradas no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, com funcionários registrados – ainda que em número reduzido – e recolhimento de impostos. Entre os DJs, muitos são funcionários de rádios, equipes de som ou casas de shows e mesmos os MCs podem ser contratados de algumas equipes ou empresários. A despeito dos agentes se orientarem e se pensarem a partir das categorias externas que lhes são atribuídas – produtores de “som de preto e favelado”, p.ex. – são parte de um circuito que envolve não somente a troca monetária, mas de dádivas e obrigações que regulam de modo lógico a existência de um mercado informal: as praças do Funk são os bailes, os produtos em circulação não são somente o gênero musical Funk, mas também artistas – MCs e DJs – e empresários e donos de equipe. Assim, o objetivo da pesquisa foi analisar como os agentes do mundo Funk carioca integram em seu fazer artístico e econômico tanto um mercado de economia monetária como de uma economia de dádivas (DOUGLAS: 2007). Em resumo, o *mercado do Funk* no Rio de Janeiro é tomado neste artigo como um conjunto de atividades econômicas informais que, contudo, não se encontram a parte da regulação estatal (na medida em que esta

regulação é parte do modo como estabelecem suas relações), mas que conta com uma estrutura interna de regulação das ações de seus agentes.

## ESTRUTURA DO MERCADO DO FUNK NO RIO DE JANEIRO

### O BAILE FUNK – ASPECTOS ECONÔMICOS E SIMBÓLICOS

Na favela tem fuzil. Agora é capaz de você encontrar o menor número de fuzis per capita numa favela é na hora do baile... “Tem hora segura para ir na favela?” “Tem. É na hora do baile.” Você já ouviu falar de algum massacre em baile Funk? Não. Agora massacre de manhã na padaria com o fuzil encostado... Na hora que a tiazinha vai comprar o pão de manhã no morro... Estão lá três fuzis no balcão da padaria. E é ali que sai o tiroteio; sai a morte. No baile não. “Ué, por quê?” Porque o baile é a coisa mais preciosa da comunidade. Nenhuma comunidade é louca o suficiente para permitir que aquela jóia seja maculada. Tem sim... Vários lugares onde o dono do morro exige que valha... Mas aí é porque o DJ é fraco... (DJ)

De um modo geral o Funk pode ser caracterizado como um evento – o baile – e um gênero musical – a música Funk (VIANNA: 1997) e todas as suas atividades econômicas giram em torno das suas produções<sup>7</sup>. É a produção destes bens culturais que permite a intensificação das relações sociais entre MCs, DJs e donos de equipe e os demais agentes envolvidos – como empresários e promotores culturais – e o público “consumidor”. Em uma primeira análise, se observado enquanto mercado de trocas econômicas e não somente como uma manifestação cultural, o Funk no Rio de Janeiro tem duas características

bem marcadas: a diversificação das funções de seus agentes e a informalidade das relações contratuais, marcadas pela negociação e pelo compromisso “de boca” e pelo uso que alguns agentes fazem de algumas informações jurídicas que detém<sup>8</sup>.

O Funk é também um conjunto de ações dos seus agentes que, se não podem ser reconhecidas como definidoras de um estilo de vida – na medida em que o público que frequenta o baile Funk não se define apenas por ser *funkeiro*, mas por uma identidade mais fluida e dialógica em relação a outras manifestações culturais como o pagode e o samba –, integram o que se pode chamar de cosmologia da comunidade<sup>9</sup>: ou seja, uma forma de compreender, e a partir desta compreensão, gerar comportamentos dentro do *mundo* do Funk. Assim, se a indumentária – o uso de calças justas, *tops* que deixam a barriga à mostra e saltos muito altos para as meninas, ou de shorts largos e tênis de marcas específicas pelos meninos – pode ser algo usado no cotidiano, será no baile que se realiza enquanto *estilo*, em um diálogo direto com o evento Funk (MIZRAHI: 2007).

Assim, apesar de o Funk integrar um conjunto de agentes, ações e comportamentos que assumem significados diferenciados, é em torno do baile que estes elementos se integram e interagem entre si: para os seus agentes, é o baile que confere ao Funk o seu significado e razão de existir. O ritmo do Funk poderia existir por si só, careceria de uma referência fundamental. O *baile* é, sobretudo, uma categoria de pensamento e dada a sua importância simbólica, é a partir dele também que são analisadas as suas principais características de mercado.

Os *bailés* podem ser realizados em comunidades, clubes, boates, casas de shows e eventos – como aniversários e festas de bairro. Apesar de chamarem a

quase todos estes eventos de *bailes*, existe uma distinção bastante clara entre eles: de um lado temos os bailes de *comunidade* e, de outro, todos os outros. Os bailes de comunidade são realizados em praças, quadras esportivas ou de escolas de samba das comunidades e favelas do Rio de Janeiro e de sua região metropolitana. Contudo, a principal diferença feita pelos agentes foi a dos bailes de comunidade e a dos bailes de clubes – bailes realizados em clubes esportivos, quadras fora dos espaços das favelas, casas de shows e eventos, etc.<sup>10</sup>

Apesar do retorno financeiro mais baixo, os agentes do Funk são categóricos em afirmar que a sua “força” e “inspiração” vem justamente da relação direta com o público que frequenta os bailes de comunidade<sup>11</sup>: as músicas compostas visam atender este público e acredita-se que uma música só pode fazer sucesso se “estourar” no baile: afirmam que estes bailes são importantes para aqueles que estão entrando neste mercado e ainda como marca identitária de seus moradores. A maioria dos MCs, DJs de Funk e Donos de Equipes nasceram nas áreas em que tocam e comumente são nos bailes próximos de sua casa que primeiro fazem sucesso. Por um lado existe entre os seus agentes a percepção de que serão estes os lugares nos quais o Funk sempre será sucesso, mesmo que saia de moda ou perca seu espaço na mídia. E por isso os próprios agentes vêm procurando novas formas de sustenta-los nas comunidades sem que se tornem mais caros ou menos acessíveis.

A despeito do seu valor simbólico, no entanto, os bailes de comunidade vêm perdendo prestígio – não pelo baixo retorno financeiro, mas pelo risco que se tornaram, pois os agentes sentem-se ao mesmo tempo reféns do tráfico e da polícia: primeiro, em muitas áreas a influência

do tráfico está presente mesmo que os donos de equipe tentem evitar. Alegam que a “ordem” que o *tráfico* estabelece para a comunidade também vale para a realização dos bailes. Por outro lado, o aparato policial se valeria de recursos legais – como a proibição do volume de som – para pedir suborno, basicamente para as equipes de som – proprietárias de equipamentos. Na medida em que ficam mais “famosos”, os agentes evitam bailes que sabem serem organizados em áreas nas quais traficantes são seus principais “patrocinadores”, seja pela “origem” do dinheiro, seja pela maior frequência de batidas policiais nestas áreas.

Isto, contudo, não parece tender para o fim dos bailes que são realizados a baixo custo ou mesmo gratuitamente nas comunidades, mas sim para a mudança na forma como eles são realizados. Assim, uma alternativa que alguns agentes têm encontrado para realizar os bailes nas comunidades é contar com financiamento dos barraqueiros e comerciantes locais para a contratação de uma equipe e de DJs. Esta alternativa envolve uma delicada relação, pois “abrir” mão do “financiamento” oferecido pelo tráfico não é apenas uma questão de desejo pessoal – ou seja, não adianta apenas querer que o tráfico não financie o baile, é preciso que ele permita que seja assim. Nestes casos uma delicada negociação é realizada com o argumento de que isto contribui para a melhoria da imagem da comunidade, do baile realizado lá e do próprio Funk. Segundo um informante isto é possível em alguns lugares. Porém a realização de bailes é visto como mais uma forma de obter prestígio e, por isso, seria difícil conseguir esta “permissão” em todas as localidades<sup>12</sup>.

Deste modo, os bailes promovidos pelos donos das equipes de som, ou por produtores que as convidam, em clubes

são vistos como uma alternativa feliz, na medida em que também visam resgatar uma relação considerada histórica do Funk com estes espaços<sup>13</sup>. Segundo os entrevistados, estes são os lugares preferenciais, pois permitem que os ingressos sejam baratos e, ao mesmo tempo, que saiam da área de domínio do tráfico. Além disso, segundo eles, o Funk “foi para a comunidade” a partir da década de 1990, quando foi proibido de ser tocado nos clubes populares.

A realização de bailes em clubes gera uma grande insegurança quanto ao comparecimento do público. E devem contar com uma estrutura e organização maiores do que os bailes de comunidade<sup>14</sup>. Além do esforço de divulgação, quando os bailes são realizados nos clubes é preciso obter uma série de autorizações e documentos que são emitidos por diversos órgãos públicos como o corpo de bombeiros, a Secretaria do Estado de Meio-Ambiente, a polícia e o juizado de menores. A promoção de um único baile implica em dispensar um esforço muito grande, sendo mais vantajoso organizá-lo todas as semanas, tornando a estrutura mais fixa. Logo a realização dos bailes em clubes e boates confere ao próprio Funk um caráter mais “formal” e “legalizado”, apesar de ser pensado como mais caro e trabalhoso. Ao se circunscrever no espaço do clube ou da boate – com todo o aparato burocrático que a realização de um evento em seu interior exige, ele se torna parte da formalidade estatal, mesmo que a maioria das relações continue informal.

As equipes de som costumam fazer vários bailes por semana<sup>15</sup>, dependendo de sua estrutura. Uma grande equipe pode fazer até quarenta bailes por semana, com todas as suas “marcas”<sup>16</sup>, enquanto uma equipe pequena pode fazer até quatro bailes por semana. Eles acon-

tecem principalmente de quinta a sábado, mas muitas casas de shows têm dias da semana dedicados ao Funk. Um DJ pode fazer mais de um baile por noite, mas geralmente já faz parte do circuito midiático e possui alguma estrutura que se assemelhe a uma empresa ou equipe de som. O mais comum é fazer um baile por noite. Um MC pode se apresentar em até oito bailes por noite. No entanto, entre os MCs este número vem se reduzindo principalmente pelo aumento do número de acidentes de trânsito entre eles, provocados geralmente pela urgência do deslocamento em toda a cidade do Rio. Atualmente fazem entre três e cinco bailes por noite e apenas os mais conhecidos se apresentam todos os dias do fim de semana.

Para realizar o baile (em comunidades ou clubes), as equipes contam com uma logística própria, pois são elas que se responsabilizam pelos equipamentos como caixas e mesas de som, jogos de luzes, contratam os DJs e MCs, caminhões de transporte de equipamentos, motoristas e carregadores. A coordenação das tarefas fica a cargo de um *gerente* da equipe, que normalmente é também o técnico responsável pela montagem do equipamento. Assim, todas as contratações passam pelas equipes.

Financeiramente as equipes sentem-se menos privilegiadas que os MCs. No entanto, ao contrário de que pensam, as equipes não estão destinadas a falir e desaparecer, pois é a partir delas que ocorre toda a estruturação dos bailes Funk<sup>17</sup>. Não há uma forma pré-definida de pagamento nas contratações das equipes ou um contrato formalizado. Alguns entrevistados mencionaram que pedem – em alguns casos – algum documento ou adiantamento do pagamento. Porém parece ser mais comum a divisão da renda gerada com a bilheteria do baile entre o contratante e a equipe contrata-

da, que então se responsabiliza pelo pagamento de MCs, DJs e demais profissionais envolvidos.

### *DONOS DE EQUIPES, DJs e MCs – A RELAÇÃO ENTRE OS AGENTES*

No Funk é o seguinte: tem que estar preparado para balançar o Baile. Na equipe é diferente, é o som que manda... (...) no Baile agente não sabe da parada... Se for uma equipe pequenininha, se ela fala direitinho com um DJ sinistro tocando, está ligado? O que importa é a disposição do DJ, está ligado? Antigamente tinha mais isso (...) A cultura das equipes de som... Elas foram... Elas foram... É o seguinte, existiam várias equipes de som. Aí o que acontece? As equipes de som se achavam donas do movimento. Então enquanto elas mandavam, elas eram donas do movimento. Mas a partir do momento que a gente viu que os MCs trariam ao público, independente de qual o nome e de qual é a equipe, o mercado mudou. Então várias equipes foram para o ralo, por quê? Porque várias equipes nasceram na época da proibição do Funk ou um pouquinho antes. (MC)

O mercado do Funk no Rio de Janeiro se estrutura a partir de três agentes principais que se instituíram como partes definidoras do gênero: as Equipes de Som, os DJs e os MCs. Os dois primeiros surgiram com a chegada e o crescimento dos bailes Funk ao longo da década de 1980. Os últimos são mais recentes e surgiram no mercado no final da década de 1980, quando os funks passaram a ser cantados em português, mas cresceram em importância já no fim dos anos 90. Eles possuem uma relativa interdependência entre si, na medida em que todos são imprescindíveis para o baile.

Os MCs vinculados às equipes alegavam que, por permitirem que editassem suas músicas, estavam em um círculo de subordinação com elas. O trabalho de edição consiste em fazer o registro da canção no ECAD e o recolhimento do respectivo direito autoral do artista. Ela existe em todo mercado musical e na indústria fonográfica está ligado às gravadoras. No caso do Funk, as editoras pertencem às maiores equipes do mercado: uma vez que a música foi editada, só a equipe que a editou poderia permitir a sua execução. Apesar de parecer bastante desvantajoso para o compositor, ter a música editada surge como uma “quase” garantia de que seria tocada em algum baile realizado por uma das grandes equipes – que têm também mais acesso aos meios de comunicação como programas de TV e rádio. Uma vez tocada, configurar-se-ia uma “oportunidade” dada pelo dono da equipe e, desta forma, os MCs contraíam uma “dívida” com a sua editora e só poderia tocar para equipes na qual tivesse feito a edição<sup>18</sup>.

Assim, algumas das equipes possuem um *cast* formado por MCs e DJs próprios, que tocam apenas em seus bailes. Neste caso, estes profissionais dependem dos bailes que os donos das equipes lhes convidam para fazer e elas geralmente “gerenciam” as suas carreiras, ou seja, não somente marcam os bailes dos quais devem participar, mas também indicam quais músicas devem gravar e tocar. Neste caso, não é permitido a estes profissionais tocar com outras equipes, MCs ou DJs – mais os primeiros que os segundos.

Segundo os DJs e MCs não seria fácil sair das equipes depois que elas editam algumas de suas músicas: tanto porque os proibem de tocar em outras equipes e mesmo em programas de rádios de outros DJs, quanto porque

sequer têm essa possibilidade. Apenas aqueles que conseguem ter uma *sequência* de músicas “estouradas”, (ou seja, conhecida para além dos bailes locais e muito pedida nos programas de rádio que tocam Funk) conseguem então furar este sistema. Para os MCs, quando isto acontece, buscam novos empresários ou passam eles próprios a gerenciarem suas carreiras. Os DJs buscam programas de rádio ou montam equipes próprias. Em todo caso, ambos tornam-se independentes e passam a cantar ou tocar em diversos tipos de bailes.

Muitos MCs da “velha guarda”<sup>19</sup> não “pertenciam” a equipes, mas contavam com empresários. No campo do Funk o empresariamento significa principalmente conseguir shows e espaços para que o MC ou DJ se apresente. E, deste modo, ter mais de um empresário significava maiores possibilidades de shows. Conseguir espaços – principalmente em bailes, mas também em shows e outros eventos – implica em ter uma rede de relações e uma boa aceitação dentro deste mercado. Neste sentido, o empresário age mais como um agenciador. Estas tarefas são compreendidas pelos funkeiros como *divulgação*, na medida em que o empresário tem que levar discos com as músicas do MC para os produtores dos eventos escolherem. Assim, neste processo há também uma estratégia de convencimento do contratante.

São poucos os que atuam apenas como empresários / produtores. A maioria dos empresários também são DJs ou donos de equipe e, alguns poucos casos, MCs. Suas funções são organizar a agenda dos MCs ou DJs que atuam independentemente de equipe, divulgar suas músicas nas rádios e nas equipes de som e cuidar de seus contratos (geralmente informais). Nos dias de shows, geralmente são os responsáveis pelo recebimento

do cachê e pagamento da equipe que acompanha o artista empresariado (quando este tem uma equipe). Estes empresários geralmente trabalham com uma lista de MCs e chamam as equipes para fazerem seus eventos. Mas também é muito comum que a carreira do artista vire um empreendimento familiar: alguns empresários são também secretários, motoristas, maridos ou esposas do MC. Outros atuam ainda como produtores, realizando festas e eventos para o qual contrata exclusivamente o seu *casting*, ou são donos de equipes.

Na estrutura principal do Funk, os contatos informais prevalecem. Alguns MCs, DJs ou Donos de Equipes pedem parte do pagamento adiantado. Porém, é mais comum que o trabalho seja feito “na confiança”, ou seja, sem adiantamento ou garantias contratuais. Algumas vezes um MC pode aparecer em um baile sem ter sido chamado, sendo pago do mesmo modo. O contrário também pode ocorrer e um MC contratado para a noite não cantar. Então receberá seu cachê de acordo com a relação que tiver com o produtor ou equipe que produziu o baile. Há mesmo aqueles que “apareceram” para cantar, o fizeram e não receberam cachê. Nestes casos, entende-se que ele cantou em *troca* da divulgação da sua música. Se há um padrão – tocar ou cantar em troca de um cachê – ele é posto a prova todo o tempo, imiscuído por relações pessoais, conflitos entre os agentes e soluções que podem exigir a interferência de agentes externos.

#### O MERCADO PARA CADA AGENTE

[Por que vai tocar na comunidade sem receber] A comunidade cara... A gente vai em uma de divulgar, entendeu? Para cantar para a galera. Porque não adianta você ir para a comunidade e esperar uma boa grana. A não ser que

o cara fale: “Eu vou te pagar. Qual o número da sua conta que eu já vou depositar 50%.” Aí tudo bem. Agora se você vai para comunidade e o cara fala que vai te pagar tanto... Chega lá você canta e fica esperando o cara. A comunidade é aberta. Não tem portaria. Então, hoje em dia eu vou à comunidade cantar assim: “Oh cara paga o carro. R\$ 100,00 é o carro... o transporte por exemplo...” Tem muita gente que não acredita... mas eu faço isso. (MC)

Nesta última seção iremos nos deter nas características mais específicas do mercado, comparando alguns dados entre os agentes para então apresentar detalhes de cada um. Pensamos assim cumprir um dos objetivos gerais deste *paper*, que seja o de oferecer uma visão que venha da estrutura geral do mercado para a organização particular de cada segmento que o compõe, configurado através do modo como cada agente se pensa e se situa.

O mundo Funk é predominantemente masculino e a presença feminina vem se fortalecendo entre os MCs. Não há mulheres entre DJs e apenas uma mulher tem sua própria equipe. De um modo geral, as mulheres atuam apenas como dançarinas de equipes ou MCs. Dado que entraram no mercado a bem menos tempo, os MCs têm carreira mais curta e idade menor do que os DJ e donos de Equipe: respectivamente, MCs, DJs e Donos de Equipes têm, em média, nove, treze e quinze anos de carreira (FGV: 2008).

## AS EQUIPES E SEUS DONOS

As *equipes de som* são a base simbólica do Funk, tanto porque foram responsáveis pelo seu surgimento no formato atual quanto por terem colaborado ativamente para a sua permanência. Geralmente têm um “dono”, que pode ser

um empresário e/ou DJ. É ele quem leva a cabo a negociação para apresentação em bailes e para a gravação de CDs. De um modo geral, são os donos das editoras e promovem os bailes mais concorridos. Em um rol de 67 equipes, cerca de dez – as principais – são consideradas grandes ou médias e seus proprietários são tidos não somente donos de suas equipes, mas vistos como “senhores” do destino do Funk – tal é o poder que alguns dos demais agentes lhes atribuem. Este poder – econômico mas, sobretudo, simbólico – leva a uma relação desestruturada entre os agentes, na medida em que, assim que “conquistam” independência de uma equipe, MCs e DJs se afastam. E se todos reconhecem nas equipes a base do baile, são creditados também aos seus *donos* a marginalização do ritmo.

Um caso ilustra estes conflitos: um MC teve sua música editada por uma grande equipe e foi recorde de *downloads* em celulares. Ele esperava receber pelos direitos autorais um valor maior do que o recebido e alega que foi roubado pelo dono da equipe nesta transação. O dono da equipe, por sua vez, afirmou que o pagou corretamente e que o cálculo do MC foi feito sobre o valor final da venda – através de um *site* na Internet –, desconsiderando os impostos e outros custos a serem pagos. Esta breve descrição ilustra os conflitos mais comuns entre os principais agentes do mercado, originados, em parte, pela própria informalidade das relações: a ausência de contratos ou documentos formais geralmente é usado como instrumento que demonstra uma relação de confiança entre as partes, mas que, facilmente, se torna a base da acusação.

As grandes equipes podem ter uma submarca, que representam o tamanho do equipamento que será levado para um baile. Estes equipamentos são formados por um conjunto de caixas de

som que são empilhadas uma sobre as outras formando o que nos bailes se chama de “paredão”<sup>20</sup>. Geralmente estes “paredões” são decorados com cores ou cenários que identificam as equipes e, segundo seus donos, são o grande atrativo do baile. As equipes podem ser equipes de som que têm uma “marca” mais conhecida – como a Furacão 2000<sup>21</sup>, a Big Mix<sup>22</sup>, a PitBull<sup>23</sup>, a Glamourosa<sup>24</sup> e a CurtiSomRio<sup>25</sup> – ou equipes que fornecem equipamentos – como caixas de som, jogos de luzes, mesas de som – para as equipes grandes, que são chamadas de *equipes arrendadas*.

A criação de sub-equipes dentro de uma equipe maior se mostrou uma diversificação importante para os seus donos, pois assegurou que possam realizar mais bailes no mesmo dia a preços diferenciados. É neste momento que as equipes recorrem aos aluguéis de equipamentos de outras equipes, pois o custo de manutenção dos mesmos seria alto e nem sempre todos as “sub-equipes” sairiam para eventos em um mesmo dia. Alegam ainda que, desta forma, as equipes que alugam seus equipamentos também conseguem sobreviver, pois trabalham com diferentes equipes grandes e alugariam seus equipamentos quase todos os fins de semana. O aluguel de equipamentos, contudo, é visto como uma *decadência* por alguns daqueles que o fazem, na medida em que se afirmam terem se sentidos pressionados pelo crescimento de algumas poucas equipes que passaram a “dominar” este mercado. Outra estratégia foi iniciar uma carreira fora do estado do Rio de Janeiro: Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo tornaram-se então destinos preferenciais.

### OS DJs E SUAS MÚLTIPLAS FUNÇÕES

Os DJs são aqueles que mais têm diversificado suas funções dentro do Funk

e atuam não somente como Disk Jockeys, mas também como empresários, produtores de eventos, apresentadores de programas de rádio e produtores musicais. Podem ser classificados também pela posição que ocupam em relação aos donos de equipes e MCs, sendo:

a) Aqueles que atuam ligados a uma equipe – esta era a forma mais tradicional de um DJ atuar no Funk carioca. Eles tocam nos bailes, shows, festas e eventos que uma equipe de som realiza. Segundo os DJs entrevistados, não é comum que os DJs troquem de equipe, mas pode acontecer caso um deles se torne muito famoso e seja convidado por outra equipe de som. Nestes casos não conta apenas o valor do cachê, mas o tamanho da equipe que faz o convite e a “proposta” de trabalho que ela oferece. No geral, um DJ ligado a uma equipe é aquele que ganha menos, pois seu cachê é fixo para tocar por uma noite inteira em um mesmo baile – ao contrário dos MCs, que podem fazer mais de um evento por noite. Outra razão para que um DJ deixe uma equipe é a chance de montar uma equipe própria ou ainda de atuar no rádio com um programa somente seu. Neste caso também podem ser incluídos os DJs “residentes” de uma casa de shows ou eventos mais associados ao Funk.

b) Aqueles que atuam por conta própria, montando uma estrutura para si – esta é a forma mais recente e em crescimento. São DJs que tocavam em alguma equipe de som, porém que montaram uma nova equipe ou uma estrutura para si – com alguns equipamentos e um empresário / produtor – e pode escolher os bailes ou eventos em que irá tocar. Alguns deles passam a tocar no rádio ou a terem seus próprios programas. Neste caso ele atua como DJ e, na medida em que monta uma pequena empresa, mesmo que informal.

c) Aqueles que são ligados a algum MC - estes DJs acompanham os MCs mais conhecidos em shows, bailes e eventos. Não são todos os MCs que têm DJs, mas isto está correlacionado à fama do MC, pois se dificilmente um MC conhecido na mídia e nas comunidades não tem um DJ, muitos MCs iniciantes também os têm. Importa mais as relações estabelecidas entre o MC e o seu DJ (o MC se refere ao DJ que o acompanha como “seu”), que são de amizade e parentesco. Quando este DJ toca com um MC mais conhecido ele tem um cachê fixo. Quando toca com um MC menos conhecido, seu cachê varia de acordo com o cachê do próprio MC. Muitos deles, além de DJs, são também motoristas, secretários e/ou empresários dos MCs aos quais acompanham.

d) DJs de comunidade: são aqueles que possuem pequenos estúdios e produzem músicas dos MCs. Estão mais próximos dos produtores musicais e podem estar incluídos nas categorias acima. Alguns são residentes de equipes ou casas de shows, outros acompanham um MC específico, apesar de trabalhar para vários outros, e há ainda aqueles que têm uma estrutura própria. Estes DJs são muito procurados, pois são considerados aqueles que tornam a música um sucesso, não somente por suas capacidades técnicas, mas pela rede de contatos que mantêm. Não significa que um DJ irá divulgar uma música, mas ele será procurado por quem está em busca de novidades e poderá também indicar uma música que ache interessante para alguma equipe de som ou para algum DJ que toque no rádio.

Aparentemente também são DJs aqueles que vêm trazendo as maiores inovações sonoras no mercado do Funk, seja pela introdução de novas batidas eletrônicas, seja pela incorporação de outros gêneros musicais ao ritmo. Em uma

hierarquia de prestígio, até o início dos anos 2000 sustentavam-se na medida em que eram considerados capazes de descobrir sucessos, porém detinham pouco prestígio: vale destacar que até a década de 1990 tocavam de costas para o público.

Porém, o desligamento das equipes, as oportunidades surgidas com a música eletrônica, a popularização das tecnologias de gravação e mixagem, o surgimento de novas casas de shows e boates que tocam o ritmo e a valorização do DJ no cenário musical em geral deram a eles oportunidade de negociarem cachês melhores.

Do mesmo modo, sua importância simbólica também aumentou, na medida em que a atuação destes profissionais em programas de rádio passou a ser vista pelos MCs como novas estratégias de divulgação de sua música. Assim, MCs e DJs passaram a estabelecer uma relação mais direta e, aparentemente, ao largo das equipes. Ao contrário das acusações surgidas de MCs e DJs contra donos de equipe (e vice-versa), entre estes dois primeiros segmentos os discursos remetiam à ideia de parceria, bem como ao estímulo por parte de MCs para DJs amigos seus que ainda estivessem vinculados a alguma equipe se “aventurassem” fora delas. Para estes MCs, as equipes tolhiam a liberdade criativa de seu “amigo DJ”.

### OS MCs COMANDAM OS BAILES

Os MCs são cantores / compositores que animam os bailes e festas. Surgiram no final da década de 1980, quando o Funk passou a ser cantado em português. A proibição da realização dos bailes Funks em clubes na década de 1990 parece ter alterado em muito as características do mercado do Funk, pois a perda dos espaços “tradicionais” das equipes de som exigiu que elas se reestruturas-

sem. Neste processo a figura do MC começa a ganhar algum espaço, ainda que subordinado às equipes. Ele logo se torna um uma figura de destaque no baile, que passa a ser marcado pela apresentação de vários deles<sup>26</sup>.

Mais recentemente surgiram os bondes<sup>27</sup> – grupos formados por um MC –, e os reboões – dançarinos que o acompanham<sup>28</sup>. Apesar da figura do MC em um bonde ser reconhecida, ele não parece gozar de mais prestígio que os reboões, pois o bonde é sempre descrito e apresentado em grupo. Aparentemente os grupos de bondes são considerados menos autênticos que os MCs – especialmente os MCs da “velha guarda”. Esta inautenticidade viria do fato de – na maioria dos casos – os bondes não cantarem ou comporem. Colabora também a ênfase que dão à estética (o que parece chocar o mundo masculino do Funk) e, deste modo, são considerados mais dançarinos do que MCs.

O caminho mais comum para um MC entrar no mundo *Funk* é participar de uma equipe de som, o que leva diversos jovens candidatos a frequentarem as “sedes” (que pode ser um escritório ou a própria casa do dono da equipe) munidos de CDs demo com músicas produzidas por algum DJ que mora na mesma *comunidade* ou bairro. Assim, mesmo com a reputação das equipes, elas ainda são vistas como canais de entrada para o funk, pois permitem que o MC toque para um público que vai além daquele de sua própria comunidade. Outro novo ponto de “peregrinação” destes jovens são os programas de rádios dedicados somente ao gênero. Neste caso, é preciso convencer ao DJ titular do programa a ouvir sua música.

A partir dos anos 2000 – mais especificamente, a partir de 2003 – o MC começou a se desligar das equipes e a conquistar um espaço próprio, não

somente porque sua imagem pública foi recolocada no cenário musical – e ele passou a ser visto como um artista – mas principalmente porque conquistou novos espaços para execução de suas músicas, que não somente os bailes Funk animados pelas equipes de som. Além disso, tal como ocorreu com o DJ, o crescimento da música eletrônica e a popularização do uso da Internet possibilitaram que ele vislumbrasse uma carreira fora do Rio de Janeiro – e mesmo fora do País. Contribuiu para isto ele contar com uma estrutura menos “pesada” que as equipes de som, assim como a rede de relações estabelecidas entre MCs nacionais e produtores estrangeiros.

Os cachês de MCs (assim como de DJs e Equipes de Som) ainda são maiores nos bailes realizados em clubes, mas o Interior do estado do Rio já significa uma praça significativa para este grupo (FGV: 2008).

Apesar disso, assim como para DJs e Equipes, tocar em comunidades ainda possui um lugar simbólico superior na hierarquia de prestígio, é neste segmento que isto fica mais evidente. Uma das formas habituais de pagamento de MCs (e às vezes de DJ) para tocarem em comunidade é o “carro”, ou seja, um valor simbólico que cubra despesas de deslocamento do artista ou, em algumas situações, o “carro” propriamente dito, enviado pelo promotor do baile no qual o artista irá tocar ou cantar. Se tocar na comunidade surge como um sacrifício em nome do Funk, ir “em troca do carro” é o sacrifício supremo, pois pode implicar em péssimas condições de deslocamento, mesmo para MCs cujos cachês estejam em torno de R\$ 3.000,00 ou mais.

Cabe então perguntar: por que tocar na comunidade, se é arriscado e não traz retorno financeiro? Tocar no baile é tocar para uma multidão e divulgar a sua

música para o maior número possível de pessoas. Porém existem também os vínculos afetivos da infância, o discurso sobre “passar esperança” para a “comunidade”, “sentir o calor do público que nunca abandonou o Funk”, entre outros. Contudo, evidencia-se nos discursos a relação de troca não se dá apenas entre os agentes principais – não somente DJs, MCs e Donos de Equipes trocam moedas e favores entre si – mas também com o público da música Funk. Não se trata então de pensar que é a comunidade quem precisa do MC, da Equipes ou do DJ, mas sim que são estes agentes que precisam do público morador desta comunidade, não como número, mas como marca identitária do gênero.

## CONCLUSÃO

Para Douglas (2007), ao tratar a economia como um fato social total – ou como diz a autora, uma “economia de dádivas” – Mauss permite entender os processos de produção e distribuição dos bens produzidos em economias não monetárias como um ciclo de trocas de longo prazo. Retomamos esta reflexão como ponto de partida para pensar a configuração de mercados de indústrias culturais informais, pensando que oferta e demanda são considerados como parte de um mesmo sistema unitário.

Neste sentido, apesar da ênfase deste *paper* recair no que se poderia chamar de “produtores”, buscou-se demonstrar como eles estão intrinsecamente ligados aos “consumidores”, aqui focados mais diretamente nas comunidades do Rio Janeiro. Pretendeu-se ainda oferecer bases para a compreensão da estrutura deste mercado tendo em conta valores não quantificáveis, que, contudo, lhe conformam e sustentam. Com isto, não pensamos que afirmar a existência de

aspectos simbólicos em economias (seja ela qual for) seja uma grande novidade. Contudo, faz-se necessário estabelecer tentativas que permitam que uma estimativa econômica de mensuração de mercado seja acompanhada também pela tentativa de sua mensuração simbólica.

Em resumo, o mercado *Funk* se caracteriza pela informalidade das relações e dos contratos. Apesar de parte das equipes serem registradas formalmente como empresas, a grande maioria dos empreendimentos dos agentes principais não é formalizada. Isto se reflete nas relações de trabalho estabelecidas. Os vínculos empregatícios são poucos, assim como o estabelecimento de contratos para apresentações e realização de shows. Mesmo as grandes equipes têm um número reduzido de funcionários. No geral, o INSS é a maior preocupação em termos de tributos<sup>29</sup>.

Ter o registro profissional é mais comum entre os DJs que trabalham em equipes ou rádios. Geralmente os DJs das equipes são exclusivos e as outras fontes de renda estão fora do mercado do Funk. Para aqueles que trabalham em rádios, apesar da “segurança” do vínculo empregatício, sua maior fonte de renda são os bailes e shows realizados. Contudo, se as relações informais são parte deste mercado, os principais agentes vêm tentando montar organizações com o objetivo de criarem regras mais fixas e claras para os contratos e cachês, como as associações de DJs, de MCs e de Donos de Equipes. Alguns empresários já fazem contratos de empresariamento nos quais os percentuais de cada parte (empresário / empresariado) ficam estabelecidos e registrados.

A justificativa para este fenômeno recente é sempre tautológica – a organização surge da necessidade de orga-

nização. Mas esta necessidade parece surgir de demandas menos mercadológicas e mais simbólicas, dentro de ciclos de oferta/demanda: observa-se uma disputa de espaço que se dá principalmente pelas inúmeras acusações mútuas entre os agentes, que alegam sempre ser a parte prejudicada. Contudo, ocorrem em momentos de expansão, como o surgimento de novos mercados a serem explorados além dos bailes em comunidade. Contudo, ao se tornarem economicamente menos interessantes, não são excluídos deste ciclo, mas ressignificados como base da produção artística.

Assim, apesar desta busca pela formalização, as questões relevantes que contribuem para a compreensão deste mercado que não podem ser mensuradas a partir de estatísticas econômica – como o fato dos bailes em comunidades continuarem a existir apesar de serem socialmente mal visto e mesmo considerados bastante arriscados pelos próprios agente, ou formas de pagamento não monetárias, como a troca do cachê por gasolina ou valores simbólicos. Desconsiderar estes aspectos nos dá uma visão incompleta deste mercado, o que pode torná-lo economicamente irracional.

## Bibliografia

- CUNHA, Manuela. P. *Formalidade e informalidade: questões e perspectivas*, In: Etnográfica, Vol. X (2), 2006, pp. 219-231.
- DCMS, Creative Industries Mapping Document, Department for Culture, Media and Sport, do Governo Britânico, Disponível IN: <[http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference\\_library/publications/4632.aspx](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx)>, 2001.
- DICIONÁRIO CRAVO ALBIN DE MÚSICA POPULAR BRASILEIRA, Disponível IN: <<http://www.dicionariompb.com.br> >
- DOUGLAS, Mary. O mundo dos bens, vinte anos depois. *Horiz. antropol.*, Dez 2007, vol.13, no.28, p.17-32.
- FGV, Configuração do mercado do Funk no Rio de Janeiro. Relatório técnico. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 2008, Disponível IN: <[http://cpdoc.fgv.br/fgvopiniao/pesquisaspublicas#id\\_3](http://cpdoc.fgv.br/fgvopiniao/pesquisaspublicas#id_3)>
- HERRSCHMANN, Micael e KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “*geração podcasting*” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. *Comunicação*. 16º Encontro Anual de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós): Curitiba, 2007.
- IBGE. *Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003-2005*. Rio de Janeiro, IBGE, 2006.
- LEMONS, Ronaldo, CASTRO, Oona, TOSTA, Alessandra, SANTOS, Elizete, e outros. *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.
- MIGUEZ, Paulo. *Alguns aspectos do processo de constituição do campo de estudos em economia da cultura*. Apresentado no *Seminário Internacional em Economia da Cultura* (Recife, 16 a 20 de julho 2007).
- MIZRAHI, Mylene. *Indumentária Funk: a confrontação da alteridade colocando em diálogo o local e o cosmopolita*. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, v. 13, n. 28, 2007.
- SANTOS, Elizete Ignácio. *Música caipira e música sertaneja: classificações e discursos sobre autenticidades na perspectiva de críticos e artistas*. Elizete Ignácio dos Santos. Rio de Janeiro: UFRJ, IFCS, PPGSA, 2005.
- SCOTT, Allen. J. “*The cultural economy of cities*”, in *International Journal of Urban and Regional Research*, 1997, vol. 21, n.º 22.
- UNCTAD/DICT, *Creative Economy Report 2008*. Disponível IN: <<http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.aspx?intItemID=5109&lang=1>>

<sup>1</sup> Doutoranda e mestre em Antropologia pelo programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora substituta do Dpto. De Ciências Sociais e Extensão Rural da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Consultora no desenvolvimento de metodologias de pesquisa da Plus Marketing Pesquisas.

<sup>2</sup> Este *paper* é um dos resultados da pesquisa desenvolvida pelo Núcleo de Pesquisa Social Aplicada do Centro de Pesquisas e Documentação de História Contemporânea do Brasil, da Fundação Getúlio Vargas (CPDOC/FGV), no âmbito do Laboratório de Pesquisa Aplicada realizado em conjunto com os alunos do curso de Ciências Sociais da Escola Superior de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas. Agradeço especialmente a Jimmy Medeiros pela valiosa colaboração na elaboração dos dados e condução do trabalho de campo. Em parte sua realização veio dialogar com o estudo sobre o Tecnobrega Paraense, realizado pelo Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV, cuja metodologia foi replicada no estudo sobre o funk. A pesquisa foi iniciada em maio de 2007 e resultou em um relatório com dados quantitativos sobre o mercado do Funk. Outra versão deste artigo foi apresentada no 32º Encontro Anual da ANPOCS, no GT Cultura, Economia e Política. Nele inserimos também dados sobre o dimensionamento deste mercado. No entanto, neste *paper* buscamos enfatizar as dinâmicas do mercado do Funk na cidade do Rio de Janeiro.

<sup>3</sup> Ver relatórios *Creative Industries Mapping Document*, Department for Culture, Media and Sport, do Governo Britânico.

<sup>4</sup> No mesmo relatório temos uma definição mais ampla do conceito de economia criativa, que abarca “[the] economic, cultural and social aspects interacting with technology, intellectual property and tourism objectives” (p. 15).

<sup>5</sup> Para uma leitura sobre o uso destas categorias no campo da música, especialmente no campo da música caipira e da música sertaneja, ver Santos, 2005.

<sup>6</sup> Neste caso temos inúmeros de exemplos de empreendimentos que buscam se afastar do modelo econômico clássico, especialmente o empreendimentos e economia solidária.

<sup>7</sup> Para uma definição do funk carioca, ver o verbete do Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira: <http://www.dicionariompb.com.br/funk>. Para ver ou ouvir funks cariocas, ver lista de links indicados no fim do artigo.

<sup>8</sup> Atualmente parece haver um desejo de formalização e profissionalização dos diversos agentes, seja com o estabelecimento de contratos mais formais, seja na busca de formas melhores de negociação de cachês. Este movimento indica uma mudança crescente nas relações entre os agentes que, contudo, ainda não

parece interferir na lógica básica de troca de dádivas no qual os contratos entre os agentes se basearam desde a década de 1970. Percebe-se também que este desejo se orienta pelas recentes políticas de incentivo ao gênero e ao seu reconhecimento como uma das maiores manifestações culturais da cidade do Rio, ao lado do samba. Este reconhecimento culminou no registro do funk como patrimônio da cidade do Rio de Janeiro.

<sup>9</sup> Como a maioria dos funkeiros são moradores das favelas das cidades do Rio de Janeiro e de sua Região Metropolitana, a categoria “comunidade” é positivada e veio substituir o termo “favela”, indicando o lugar de nascimento, convívio e sociabilidade. Não é usada apenas pelos agentes do mundo Funk, mas entre eles a categoria ganha o sentido de força motriz, e é uma das razões para que, apesar de não serem “tão lucrativos” financeiramente, os “bailes de comunidade” sejam essenciais para a existência e continuidade do Funk e, conseqüentemente, do próprio artista, como veremos abaixo.

<sup>10</sup> Vale ressaltar que dentro destas duas categorias principais os bailes são classificados e reclassificados principalmente pela importância simbólica em termos de visibilidade que pode proporcionar aos agentes. Porém, para fins analíticos, foram consideradas apenas estas duas classificações mais abrangentes.

<sup>11</sup> Para uma análise da relação público-artista e seus efeitos sobre a obra produzido pelo segundo, ver Santos: 2005.

<sup>12</sup> A introdução das Unidades de Polícias Pacificadoras – forças policiais voltadas para a atuação específica – em algumas comunidades da Cidade do Rio têm alterado este quadro. No entanto ainda não é possível saber quais serão os resultados desta nova política de atuação do Estado.

<sup>13</sup> Segundo Vianna, os bailes Funk teriam surgido primeiro em festas e depois teria sido levado para os clubes. (1997)

<sup>14</sup> Apesar das reclamações em relação a insegurança quanto ao comparecimento do público ao baile, um grande baile de clube pode reunir até 5.000 mil pessoas. Um baile pequeno, de comunidade, pode reunir entre 500 e 2000 pessoas, dentro e fora do espaço em que a equipe de som está tocando. Isto porque o baile de comunidade é um evento em si e, apesar da música chamar atenção, o que mais conta é a possibilidade dela ser escutada em diversos pontos da comunidade permite que o público participe mesmo sem estar fisicamente presente no lugar em que ele é realizado.

<sup>15</sup> É difícil estimar quantos bailes acontecem no Rio e Grande Rio por fim de semana, isto porque todas as comunidades têm seus bailes – e em algumas delas acontece mais de um baile no mesmo dia. Além disso, existem os bailes dos clubes – alguns ocorrendo todos

os fins de semana, outros apenas uma ou duas vezes por mês – e os eventos e festas realizadas eventualmente, como a festa “Eu amo baile Funk”, que acontece uma vez por mês no Circo Voador (casa de show localizada no bairro boêmio da Lapa, na cidade do Rio de Janeiro).

<sup>16</sup> As grandes equipes de som se subdividem em sub-equipes, ou marcas, que determinam o tamanho do baile que irão fazer principalmente no que se refere à potência sonora.

<sup>17</sup> Um dos sinais da importância de uma equipe para o baile é algo que parece vir se tornando comum: diante da redução do interesse das equipes dos bailes de comunidade traficantes compram seus equipamentos e promovem seus próprios bailes com os nomes de suas equipes.

<sup>18</sup> Muitos DJs e mesmo MCs mais conhecidos do grande público abriram suas próprias editoras, como forma de “escapar do esquema” das equipes. Apesar de parecer novo, na medida em que passam a editar músicas de outros MCs e DJs, estas novas editoras parecem apenas replicar o “esquema” das editoras das equipes de som.

<sup>19</sup> Os MCs da “velha guarda” são aqueles que iniciaram suas carreiras entre 1989 e 1995, período em que estes personagens surgiram e se consolidaram no cenário Funk. São, em geral, bastante novos e têm, em média, 45 anos.

<sup>20</sup> Além do paredão que as caracteriza, as equipes têm jogos de luzes e mesas de som e os equipamentos para execução dos CDs ou MDs dos MCs. Os MDs são considerados mais modernos que os aparelhos de CD, no entanto, estes últimos são considerados mais práticos. Assim não existe uma regra e os MCs levam suas “batidas” – os ritmos editados em algum estúdio de DJ – nos dois formatos.

<sup>21</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=3TLexasIHP8> ou <http://www.furacao2000.com.br>.

<sup>22</sup> <http://www.outube.com/watch?v=llzd40hy2LE> ou <http://www2.uol.com.br/bigmix/agenda.html>.

<sup>23</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=RazNuNZO0eY> ou <http://www.myspace.com/sanypitbull>.

<sup>24</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=M8EG93QAvDI&feature=related> ou <http://veronicacostablog.blogspot.com/2010/04/equipe-glamourosa-o-batidao-forte-do.html>.

<sup>25</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=qRH0gOPCA4I> ou <http://www.festacurtisom.com/tag/curtisomrio/>.

<sup>26</sup> Não é possível concluir se o surgimento dos MCs passou a levar mais público para os bailes, mas eles se tornaram uma figura tão obrigatória quanto o DJ ou a equipe.

<sup>27</sup> Um exemplo de bonde famoso na cidade do Rio é o Bonde do Tigrão, ver em <http://www.youtube.com/watch?v=PF5GISiOnrs>. E ainda o bonde Os Ousados: [http://www.youtube.com/watch?v=U6I\\_TFaoLkU&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=U6I_TFaoLkU&feature=related).

<sup>28</sup> Atualmente o “passinho” tornou-se uma nova modalidade de dança executada ao som do funk carioca e que tem colaborado para a renovação do gênero. Para conhecer: <http://www.youtube.com/watch?v=eekle2IJCdo&feature=related>.

<sup>29</sup> Um dono de equipe afirmou que estimula seu “pessoal” a pagar “autonomia”, ou seja, a contribuir para o a aposentadoria pública como profissional autônomo, como um modo de ter alguma garantia caso “aconteça alguma coisa” e também para assegurar sua aposentadoria. Muitos DJs que trabalham em rádio ou têm pequenas produtoras também pagam o INSS como autônomo.

Contato:

Elizete Ignácio dos Santos  
elizete.pesquisa@gmail.com

**Consolidación de la Institucionalidad Cultural en Colombia 1968-2011:  
un camino hacia el diálogo y participación de la sociedad civil<sup>1</sup>**

**Consolidação da Institucionalidade Cultural na Colômbia 1968-2011:  
um caminho para o diálogo e a participação da sociedade civil**

**Cultural Institution Consolidation in Colombia 1968-2011:  
a way towards the dialogue and participation of the civil society**

**Marta Elena Bravo<sup>2</sup>**

**Palabras clave:**

Colombia

Institucionalidad cultural

Contexto histórico

Plan Cultural de Medellín  
2011-2020

**Resumen:**

La arquitectura institucional cultural colombiana empieza a construirse muy pocos años después del inicio de la República. Este texto hace un corto recorrido por momentos claves de esa institucionalidad, con énfasis en la creación de COLCULTURA en 1968, la formulación de la Ley de Cultura y la creación del Ministerio de Cultura en 1997. A partir de entonces éstos un camino recorrido en las políticas culturales, planes de cultura e institucionalidad que se consolidan en un interesante diálogo con participación de la sociedad civil. Asimismo se referencia un caso reciente local: Medellín “una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura”.

**Resumo:**

A arquitetura institucional cultural colombiana começa a se construir poucos anos depois do início da República. Nesse trabalho apresenta-se um curto percurso por momentos-chaves dessa institucionalização, colocando a ênfase na criação de COLCULTURA no ano de 1968, a formulação da Lei de Cultura e a criação do Ministério de Cultura em 1997. A partir destes, apresenta-se o caminho percorrido nas políticas culturais, planos de cultura e nas instituições que se consolidam a partir de um interessante diálogo com participação da sociedade civil. Da mesma forma, faz-se referência a um caso recente local: Medellín “uma cidade que se pensa e se constrói desde a cultura”.

**Palavras chave:**

Colombia

Arquitetura institucional cultural

Contexto histórico

Momentos-chave

Plano de Cultura de Medellín

**Key words:**

Colombia

Cultural institutionalization

Historical context

Key moments

Cultural Plan of Medellín

**Abstract:**

Just a few years after the birth of the Republic of Colombia, the cultural institutionalization and architecture of the country begins to develop. This text goes through the key moments of those institutions, and it emphasizes with the creation of COLCULTURA (Colombian Institute of Culture) in 1968, the formulation of the Culture Law and the creation of the Ministry of Culture in 1997. From those moments, a path that contains cultural policies, cultural plans and institutions is consolidated in an interesting dialogue, which includes the participation of the civil society. Moreover, a reference of a recent and local case appears: Medellín. “A city thought and built from the culture”.

## **Consolidación de la Institucionalidad Cultural en Colombia 1968-2011: un camino hacia el diálogo y participación de la sociedad civil**

### INTRODUCCIÓN

Una vez más la vida me ha dado la oportunidad de estar en este maravilloso país y disfrutar del paisaje de esta región y del intercambio de ideas con colegas en quienes he admirado su decidida vocación por el trabajo cultural como elemento constitutivo en la construcción de esta nación de tan rica diversidad cultural. Agradezco a la Universidad Federal Fluminense, el Laboratorio de Acciones Culturales, a la municipalidad de Niterói y al Ministerio de Relaciones de Exteriores, que tan gentilmente me han brindado la oportunidad de continuar un diálogo cultural del cual hemos disfrutado muchos colombianos que nos acercamos a una realidad tan interesante, que marca un referente en el contexto cultural latinoamericano.

### 1. DE DÓNDE PARTE MI EXPOSICIÓN

Por circunstancias personales y profesionales he podido conocer desde muy joven la realidad cultural colombiana y desarrollar un interés por mirar su devenir cultural. Como profesora universitaria mi desempeño ha sido especialmente en docencia, extensión e investigación en políticas y desarrollo cultural en Colombia. Al mismo tiempo he tenido la oportunidad de trabajar de cerca como participante y coordinadora de varios proyectos culturales en mi ciudad, Medellín, en mi región Antioquia, y en el país, y esto me permite poder plantear algunas inquietudes sobre la construcción cultural institucional en el país, pues en especial después de los años ochenta he observado, participado y estudiado una

relación muy interesante: Estado-sociedad civil-academia, para la consolidación de unas políticas públicas en diálogo, procesos en los que se han dado logros destacados. A eso me referiré más adelante.

### 2. CONTEXTO HISTÓRICO DE LA ARQUITECTURA INSTITUCIONAL DE COLOMBIA

En el año 2010 el Ministerio de cultura de Colombia publicó un denso y extenso libro denominado *Compendio de Políticas Culturales*, fruto de un largo trabajo que consigné 25 campos de política cultural. El compilador, profesor Germán Rey, afirma en la introducción que:

Las políticas culturales, tal como las conocemos hoy en día, son relativamente recientes en el panorama de las políticas públicas. Pero la presencia de la cultura en el diseño de la arquitectura institucional latinoamericana puede remitirse por lo menos a tres grandes momentos en el pasado. El primero, ubicado en la segunda mitad del siglo XIX, se podría caracterizar como un intento de construir instituciones culturales sectoriales para atender campos particulares de las artes y de lo patrimonial; en el segundo, hacia la primera mitad del siglo XX, movimientos revolucionarios, populistas, nacionalistas y liberales asumieron la cultura como una dimensión básica de la construcción de la nación, la modernidad y, sobre todo, de la participación popular; y en el tercero, a partir de la segunda mitad del siglo XX, se empieza a reforzar la institucionalidad cultural, se rediseñan los campos de la cultura, se fortalecen los medios de comunicación, aumentan las interacciones de la cultura con otras áreas de la gestión pública y se inserta la cultura en el escenario

global. (Rey, Compendio de políticas culturales en Colombia, 2011, p. 23).

Es pertinente referirse en el desarrollo de la institucionalidad cultural a algunos antecedentes históricos para hacer énfasis en la organización de la cultura en el Estado nacional, desde 1968 con la creación del Instituto Colombiano de Cultura —COLCULTURA—y luego con el Ministerio de Cultura en 1997 hasta nuestros días.

## 2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS EN LOS SIGLOS XVIII y XIX

Con motivo de las celebraciones bicentenarias de la independencia el año pasado en Colombia, diversos certámenes académicos se orientaron a una mirada de nuestro proyecto histórico en la construcción de la nación, y muchos se hicieron en clave cultural.

En el siglo XVIII, en el Virreinato, época de la colonia, en Colombia se llevó a cabo un proyecto cultural que dejó honda impronta: la Real Expedición Botánica proyecto pedagógico, social, científico que hizo un acercamiento a la flora y geografía colombiana que como sostiene el investigador Eduardo Mendoza Varela, llegó más allá, hacia “la profundización de un mundo que estaba por descubrirse”.

En 1777 se fundó en Bogotá *la Biblioteca Nacional*, la más antigua de su género en América, centro de patrimonio y difusión cultural. En el siglo XIX un hecho fundamental marcó la historia de nuestra cultura: La *Comisión Corográfica* que pretendía adentrarse en el conocimiento geográfico y cultural de nuestro país y que contribuyó a la apropiación de nuestro patrimonio cultural y social, y dejó un bello legado de reproducciones artísticas.

*El Museo Nacional de Colombia*, uno de los más antiguos de Américas se creó en 1823.

En los inicios del siglo XX se realizaron reformas educativas y culturales, éstas especialmente relacionadas con el patrimonio y protección de lugares históricos como Cartagena de Indias. Asimismo muy pocos años después de haberse iniciado la radio en el mundo, se creó una radio cultural en 1929 asociada a la Biblioteca Nacional.

En los años treinta y cuarenta se desarrolló en Colombia un Proyecto Cultural Liberal de envergadura (1930-1946) donde se le dio gran énfasis a las transformaciones educativas y culturales, para un cambio de mentalidad en la perspectiva de la modernización del país y de la institucionalidad cultural. Se consolidó y se enriqueció especialmente la Biblioteca y el Archivo Nacional, se crearon la Radiodifusora Nacional y otros museos. Se llevaron a cabo proyectos de mucho alcance en el campo de la cultura popular y eventos de amplia dimensión nacional, algunos de los cuales persisten hoy, como los Salones Nacionales de Arte.

Colombia vivió un hecho dramático hacia la mitad del siglo pasado que marcó profundamente nuestra historia: el llamado *Bogotazo*, en 1948, con la muerte del caudillo liberal y aspirante a ocupar la primera magistratura del país, Jorge Eliécer Gaitán. Este líder ocupó el cargo de Ministro de Educación en los años 40 y fortaleció de manera especial la institucionalidad cultural como parte de su proyecto político.

El partido Conservador, que había sucedido a los gobiernos liberales, fue derrocado en 1953 y la historia política colombiana tuvo la única dictadura militar que duró cuatro años. En este período se creó la Televisora Nacio-

nal que ocupa un lugar destacado en la institucionalidad cultural.

Como consecuencia del Bogotazo, se desató una época de violencia política muy dolorosa, que sin duda alguna ha ocasionado una herida que se prolonga hasta nuestros días, en diversas formas del conflicto con diferentes actores: guerrillas, paramilitares, bandas criminales, delincuencia común y desafortunadamente, también algunas veces agentes vinculados al Estado. Violencia que ha marcado de manera trágica nuestra historia nacional. La semana pasada murió precisamente en combate el líder del movimiento guerrillero más antiguo de América, Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia — FARC — que llevan más de cincuenta años de lucha armada y que desdibujaron una propuesta política, se aliaron con el narcotráfico y practican una de las formas más abominables del conflicto, como es el secuestro.

Uno de los investigadores extranjeros más reconocidos, sobre el problema de la violencia en Colombia, el profesor Daniel Pécaut de la Escuela de Altos Estudios de París, en un libro reciente sobre las FARC señala que “si bien han pregonado las transformaciones agrarias y políticas del país, sus objetivos en la práctica se han confundido con su participación en la economía de las drogas y los actos de terror contra la sociedad” (citado por el historiador Eduardo Posada Carbó. Periódico el Tiempo, Noviembre, 2011).

Sin embargo a pesar de la violencia, Colombia es un país que sigue en la construcción de un proyecto democrático y que sin lugar a dudas ha tenido una propuesta cultural de gran dimensión, y un avance significativo en materia de políticas culturales en el panorama latinoamericano.

A finales de los cincuenta los dos partidos políticos, Liberal y Conservador, en la búsqueda por tratar de solucionar la violencia partidista, llegaron a un acuerdo que se llamó “El Frente Nacional”. Implicaba éste una alternancia en el poder por 16 años. En estos años la institucionalidad tradicional cultural adquirió fuerza y dinamismo y se dieron transformaciones de trascendencia.

En el año de 1960 la Reforma del Ministerio de Educación, del cual dependía la mayor parte de la institucionalidad cultural, se propuso una mayor conexión y coordinación de las instituciones de cultura para no duplicar esfuerzos, lograr la descentralización y tener mayor cobertura.

En 1966 se llevó a cabo el “primer Congreso Nacional de Cultura” y una de sus recomendaciones fue la creación de un organismo que estructurara las entidades del estado de promoción de la cultura para un mayor apoyo a las instituciones culturales (Mena y Herrera, 1994, p.107).

### 3. UMA NUEVA ARQUITECTURA INSTITUCIONAL CULTURAL A PARTIR DEL INSTITUTO COLOMBIANO DE CULTURA EN EL CONTEXTO DE LAS TENDENCIAS POLÍTICO CULTURALES EN AMÉRICA LATINA

El investigador colombiano y ex ministro de cultura Juan Luis Mejía, en un texto del 2010 titulado “¿Derechos sin Estado? Tres momentos de la institucionalidad cultural en América Latina” - publicado por la OEI, en *Pensar Iberoamérica*, al anotar sobre las transformaciones culturales en la década de los 60 a partir de la ampliación de los nuevos modelos económicos, inspirados en el Primer Decenio Mundial del Desarrollo y la Alianza para el Progreso, dice que se transformó la visión de los Estados y se llevaron a

cabo reformas en la institucionalidad de la cultura que fueron fundamentales.

Asimismo señala cómo esa nueva racionalidad del Estado impulsaba a agrupar bajo una organización, instituciones culturales existentes desde el siglo XVII, estructuradas especialmente alrededor de 3 áreas básicas: *Conservación y patrimonio; Fomento de las artes; y difusión cultural*. En este contexto internacional y con los antecedentes históricos en Colombia expuestos en el aparte anterior, es posible entender el porqué del nacimiento de COLCULTURA — Instituto Colombiano de Cultura — en 1968 y de su estructura.

Debe recordarse que el concepto de política cultural y su desarrollo está muy ligado a la influencia de las reuniones de la UNESCO y muy especialmente de la *Reunión Mundial de Venecia* en 1970 y a la *Latinoamericana y del Caribe* en Bogotá 1978, así como a MUNDIACULT en México 1982. En el último decenio del siglo XX a la *Reunión Mundial de Estocolmo* 1998 y a la Declaración Universal sobre la *Diversidad Cultural* a principios del milenio, año 2001.

El decreto que creó a COLCULTURA tenía el propósito de tener un ente dotado de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente y que orientara las políticas culturales nacionales. Contó en sus inicios con tres subdirecciones: Patrimonio cultural, Comunicaciones culturales, y Bellas Artes. De acuerdo con el Decreto de creación tenía a su cargo “la elaboración, el desarrollo y la ejecución de los planes de estudio y fomento de las artes y letras, el cultivo del folclor nacional, el establecimiento de las bibliotecas, museos y centros culturales y otras actividades en el campo de la cultura correspondiente a la política general que formule el gobierno nacional, por conducto del Ministerio de Educación y según las decisiones de la junta directiva”.

A COLCULTURA le correspondió definir e impulsar políticas culturales, agrupar instituciones del Estado que estaban dispersas en diversos organismos, la mayoría dependencias del Ministerio de Educación Nacional que durante tantos años las había congregado en Bellas Artes o Extensión Cultural, como fueron los nombres que tradicionalmente se usaron. A partir de entonces existió un interés por “nombrar” las políticas culturales en forma más directa.

El Instituto Colombiano de Cultura duró desde 1968 hasta 1997 cuando se creó el Ministerio de Cultura.

Vale la pena señalar unos hechos significativos en este lapso de su existencia. Su organización obedece un poco a ese esquema al que hacía referencia el exministro Mejía en el texto citado anteriormente: la Subdirección de Bellas Artes, Patrimonio y Comunicaciones. Con entidades adscritas como la Biblioteca y el Archivo Nacional, el Museo Nacional, el Museo de Arte Colonial, el Teatro Colón de Bogotá, El Instituto Colombiano de Antropología y una dependencia asesora: Planeación.

El proyecto de descentralización fue muy tímido, con algunas acciones, eventos y apoyos a la institucionalidad cultural en las regiones y con la realización de certámenes de trascendencia en el ámbito nacional como las Jornadas de Cultura Popular, de Memoria Cultural, las Historias Regionales y la Expedición CREA: “Una expedición por la cultura colombiana” iniciada en 1992. Se destacó asimismo un ambicioso proyecto de publicaciones.

Durante la existencia de COLCULTURA, deben señalarse momentos y procesos políticos interesantes:

En 1974 se hizo el primer esfuerzo por elaborar un plan de cultura cuando

estaba a la cabeza del Instituto su primer director, el poeta Jorge Rojas uno de los grandes de la literatura colombiana. Ya el concepto de política cultural circulaba en el escenario mundial y latinoamericano. Pero fue en 1976 cuando se publicó lo que para algunos fue el primer Plan Nacional de Cultura, pero que en realidad en términos más precisos corresponde a lo que dice su título: *La política cultural en Colombia*, dentro de una serie promovida por la UNESCO y cuya coordinación estuvo a cargo de un reconocido intelectual, Jorge Eliécer Ruiz.

Debe relevarse la reunión en Bogotá en 1978 que tuvo gran significación en Latinoamérica y especialmente en Colombia. *La Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales de América Latina y del Caribe*, conocida como AMERICACULT, ya mencionada, que planteó y puso en circulación temas cruciales del discurso cultural y que influyó en repensar la institucionalidad cultural y lo que empezaba a proponerse como administración cultural y más tarde, como gestión cultural.

Es muy frecuente hablar en algunos países latinoamericanos de que 1980 fue “una década perdida”. Sin embargo, por trabajos realizados en el campo de la política cultural y por muchos procesos en los que participé en el orden local, regional y nacional, me atrevo a afirmar que fue una década muy interesante para la cultura en Colombia y tuvo unas características singulares.

El grado de conflicto se acentuaba y a pesar de ello al mismo tiempo se generaban procesos de participación y acercamiento Estado-Sociedad Civil que posteriormente se fueron acrecentando y dando frutos, como fue un primer documento de política cultural en 1989 que se formuló de manera muy participativa y que llegó a la máxima instancia gubernamental que determina la política social y los recursos: el Consejo Nacional de Política Económica y

Social del país, llamado CONPES. En la elaboración de este documento de 1989, *Una política para la democracia y una democracia para la cultura*, nos acompañaron intelectuales latinoamericanos que han sido figuras ampliamente reconocidas como Jesús Martín Barbero español-colombiano, el chileno José Joaquín Brunner, el argentino Oscar Landi, y el argentino-mexicano Néstor García Canclini.

En algunas regiones y ciudades —y ese fue el caso de Medellín y mi departamento, Antioquia—en concertación de entidades culturales públicas y privadas se formularon políticas y planes de cultura que incidieron en los planes de desarrollo generales y obligaron a repensar la institucionalidad cultural. Se le dio impulso a la descentralización y a organizaciones del sector cultural con las Primeras Juntas de Cultura en algunos departamentos, convertidas luego en Consejos Departamentales de Cultura fundamento posterior para el Sistema Nacional de Cultura.

#### 4. LA CONSTITUCIÓN DE 1991: EL GRAN MARCO FILOSÓFICO - POLÍTICO - JURÍDICO PARA EL DESARROLLO DE LOS DERECHOS CULTURALES, LA CONSOLIDACIÓN DE LA INSTITUCIONALIDAD CULTURAL Y LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN

Se puede afirmar que la Constitución de 1991 es el hecho de cultura más significativo de los últimos 20 años de historia de la cultura en Colombia.

Las constituciones de por sí son hechos de cultura, pero los avances de la Constitución Colombiana del 91 en materia de derechos culturales fueron notorios: éstos se plasmaron en el reconocimiento de la pluralidad étnica y diversidad cultural de la nación, el fomento a la libre creación, el reconocimiento y la responsabilidad de

la conservación y difusión del patrimonio cultural. La obligatoriedad de incluir la dimensión del desarrollo en los planes generales, regionales y locales, y sobre todo en la afirmación del principio filosófico y político de *la cultura como fundamento de la nacionalidad*, lo que abrió un horizonte muy amplio a la dimensión cultural y a la consolidación institucional. Asimismo el paso de la democracia representativa a la participativa estatuida en la Constitución, significó un camino de diálogo sociedad civil - Estado y de participación comunitaria, que es necesario considerar en el posterior proceso de desarrollo cultural e institucional del país.

Esta Constitución se formuló como un proyecto de construcción de nación, en un país muy resquebrajado por la violencia. En la campaña presidencial anterior a la Constitución, que se dio en el gobierno de César Gaviria, 4 candidatos presidenciales perdieron la vida víctimas del conflicto. Fue pues un llamado a la esperanza y a darle un vuelco a la política.

El gobierno Gaviria se desarrolló en el contexto internacional del auge de las teorías neoliberales que tenían consecuencias no favorables a la cultura: “las empresas estatales, configuradas para prestar servicios básicos, pasan a manos privadas. El Estado se reduce a su mínima expresión y la institucionalidad cultural no es ajena a esta tendencia”. (Mejía, Juan Luis, Pensamiento Iberoamericano n° 4, 2009).

Sin embargo, es interesante destacar que en Colombia en el primer lustro de los noventa se presentaron documentos de políticas culturales que dejaron huella en la consolidación de la institucionalidad cultural y su gestión hasta nuestros días: “*La cultura en los tiempos de transición 1991-1994*” y el “*Plan Nacional de Cultura 1992-1994*”.

En el primero se plantea la apertura económica y también la necesidad de afirmar la identidad, al mismo tiempo que asimilar las manifestaciones culturales de “otros ámbitos”. La democracia en la medida del reconocimiento, participación, diálogo y tolerancia con los otros y la descentralización: el municipio como escenario de cultura (Mena y Herrera, 1994, p. 164). Se propuso además la creación de Fondos Mixtos de Cultura en los departamentos y reestructuración de los Consejos Territoriales de Cultura.

En el segundo, “*El Plan Nacional de Cultura 1992-1994: Colombia el camino de la paz, el desarrollo y la cultura hacia el siglo XXI*”, se crea el Sistema Nacional de Cultura, se promueve el desarrollo institucional y se propone asimismo un amplio programa de capacitación y formación en cultura, tema clave para un mejor futuro de las políticas culturales y su gestión y para fortalecer la institucionalidad.

## 5. UN HITO FUNDAMENTAL EN LA ORGANIZACIÓN Y LA GESTIÓN DE LA CULTURA: LA LEY GENERAL DE CULTURA Y LA CREACIÓN DEL MINISTERIO DE CULTURA EN 1997

Todos los procesos vividos en los años sesenta, ochenta y noventa, y en la consolidación de la organización institucional colombiana y el ejercicio de la participación y diálogo con la sociedad civil representada en: grupos comunitarios y culturales, sectores educativos y académicos universitarios, creadores, líderes e investigadores culturales, gestores y miembros de ONG, fueron abonando el terreno para que en 1997, mediante un proceso amplio de discusión y participación en todo el país, se formulara la Ley 397 de Cultura y se creara el Ministerio de Cultura que sustituyó al Instituto Colombiano de Cultura —COLCULTURA— y le dio un peso políti-

co de dimensión “como organismo encargado de formular, coordinar, ejecutar y vigilar las políticas del estado en la materia, en concordancia con los planes y programas de desarrollo, según los principios de participación contemplados en la ley”.

Un dato interesante: la máxima figura de la literatura colombiana García Márquez y otro gran escritor Álvaro Mutis, entre otros personajes de la vida cultural, se opusieron al Ministerio por temor a que tuviera como resultado el predominio de una “cultura oficial” y una burocratización.

La Ley de Cultura contempla 4 títulos: I *Los Principios Fundamentales y Definiciones* de índole filosófica y política, que plasmaban el espíritu de la Constitución de 1991. II *Del Patrimonio cultural de la Nación*. III: *Del fomento y los estímulos a la creación, investigación y actividad artística y cultural*. IV *De la Gestión Cultural*. Este título le da en el marco de esa *Ley General de Cultura*, un estatuto más sólido al Sistema Nacional de Cultura que ya llevaba algunos progresos con los Consejos Territoriales y los Fondos Mixtos desde principios de los años 90, como se expuso anteriormente. Le dio relevancia al Consejo Nacional de Cultura como organismo asesor del Ministerio. Viene funcionando regularmente desde entonces con amplia participación territorial, sectorial, de casas de la cultura, de grupos étnicos y poblacionales, y de otras instancias del gobierno como el Ministerio de Educación Nacional y el Departamento Nacional de Planeación, entre otros representantes.

Son muchas las propuestas que ha desarrollado el Ministerio pero quisiera resaltar dos: el *Programa Nacional de Concertación* para hacer más participativo, equitativo y de más amplia cobertura el apoyo con recursos del Estado. Y el *Plan Nacional de Cultura 2001-2010: Hacia una ciudadanía democrática y cultural*.

Se podrían destacar del Plan diversas características: ser un plan estratégico a 10 años; plantearse como una propuesta de honda repercusión y alcance en la construcción político cultural colombiana; insistir en la necesidad de formar ciudadanos activos y responsables como sujetos culturales.

Definió el Plan 3 campos esenciales: el de *Participación*, el de *Creación y Memoria*, y el de *Diálogo Cultural*. El de Creación y Memoria como ejes constitutivos del hecho cultural; y el de participación y diálogo como ejercicio de ciudadanía cultural que le dio una dimensión mayor a la política cultural hacia una política de Estado y fue aún más allá, hacia una política pública en el sentido en que en los últimos años se le ha dado a este término, donde tanto el Estado como la sociedad civil trabajan en concertación en la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de políticas y planes de cultura.

## 6. EN QUÉ ESTAMOS AHORA LOS COLOMBIANOS EN MATERIA DE CULTURA: UN INTENTO DE LECTURA DE ALGUNOS ASPECTOS DE NUESTRA REALIDAD

Colombia es, un país con 46 millones de habitantes, una división territorial de 32 departamentos, una capital, Bogotá (Distrito Capital) de 8 millones de habitantes, un desarrollo económico muy interesante que en el panorama internacional le ha permitido (como a otros países latinoamericanos) sortear la crisis financiera mundial. Incluso es considerado en un grupo de los países emergentes llamados *Civetas*<sup>3</sup>. Con una población urbana cercana al 75%, y rural del 25%, que invirtió los términos en 50 años. Pero Colombia es un país de grandes contradicciones porque en materia de inequidad ocupa según el último Informe de Desarrollo

Humano, el 3er lugar después de Angola y Haití, puesto por lo demás nada honroso.

Sin embargo con todos estos contrastes se puede afirmar que a pesar de las diversas violencias se le ha venido apostando a un desarrollo político cultural que creo que es considerable en el contexto latinoamericano y éste ha contribuido a construir democracia y cultura política.

### **¿Qué alcances ha habido en los desarrollos de políticas culturales e institucionalidad cultural?**

- **La formulación de la Ley de Cultura y la creación del Ministerio de Cultura** desde 1997 ha significado un desarrollo considerable del sector, una presencia más nacional y una vocería ante las instancias del Estado que demuestra logros.

La Ley de Cultura 397 de 1997 fue complementada por la Ley 1185 del 2008 representó un logro en cuanto se le dio mayor énfasis al patrimonio cultural, especialmente al inmaterial y se creó el Sistema Nacional de Patrimonio, lo que significa organización de la institucionalidad, no sólo con el *Consejo Nacional de Patrimonio Cultural* sino con los regionales y locales. Es un instrumento valioso para este eje de la cultura que requería de mayor atención. Por otra parte la reforma de la Ley de refiere también a unos ajustes necesarios al Sistema Nacional de Cultura ha permitido una convocatoria al sector público y la sociedad civil para trabajar en una coordinación y articulación entre lo local, lo regional y lo nacional que le da vigor al sistema.

- **En el 2010 se terminó de ejecutar el Plan de Cultura de Colombia 2001-2010.** Su formulación fue un hito cultural pues participaron alrededor de 23000 colombianos de todos los departamentos en el país. El Ministerio de Cultura entregó el

año pasado un documento, que todavía está en construcción, denominado *Una década de Ciudadanía Democrática cultural*.

En los horizontes para una próxima década se hace énfasis en el fortalecimiento de la gestión de la cultura, de la sostenibilidad, de la necesidad de generar empleos, de fortalecer los vínculos económicos y culturales, incentivar el empoderamiento y la industria cultural, el fortalecimiento de la descentralización, propiciar por medio de la gestión pública para la cultura mayores condiciones de autonomía para las regiones y localidades. Otro horizonte es el reto ineludible de la dimensión global, fortalecer la informática y la comunicación. Sobre este documento, aunque significa una aproximación valiosa, debe seguirse trabajando para mostrar con mayor precisión los logros.

- **El Esfuerzo que el Ministerio ha hecho para realizar el trabajo del Compendio de Políticas Culturales es un aporte de gran dimensión:** con más de 25 políticas, que no sólo recoge las tradicionales referentes a las artes, a sus diversas expresiones, al patrimonio en sus diversas formas, los museos y archivos, a la lectura, las bibliotecas. También se detiene en el desarrollo de las políticas culturales más actuales, de la diversidad cultural: etnolingüística, de los pueblos indígenas, de las comunidades afrodescendientes.

Por otra parte elabora de una manera muy acertada en el contexto del discurso político cultural contemporáneo el tema del turismo cultural, de la comunicación y la cultura, la cultura digital, la política cinematográfica (que no estaba muy desarrollada en Colombia y que le ha permitido un impulso importante al cine colombiano actual). Asimismo contempla temas tan de punta como el emprendimiento cultural y las industrias culturales que responden por lo demás a un asunto de estudio e

investigación que ha tenido mucho énfasis en Colombia en los últimos años: el de la Economía cultural. Nuestro país fue uno de los primeros en desarrollar una Cuenta Satélite de Cultura. Recientemente, por ejemplo, la UNESCO publicó con datos del Departamento Nacional de Estadística y el apoyo del Ministerio de Cultura de Colombia que se calcula en 3.21% el aporte específico de las industrias culturales al PIB (Periódico El Tiempo, 2011, p. 26).

En la perspectiva de este Compendio de Políticas Culturales aparecen además instituciones claves, y formas de gestión para la sostenibilidad que permiten un andamiaje más sólido para la cultura en el orden nacional y en el regional y local.

Deben mencionarse las *políticas de concertación y estímulos* que apuntan a una mejor distribución de los recursos con el concepto implícito de *corresponsabilidad* del orden local, regional y asimismo institucional con participación y estímulo además de aportes privados. Una política necesaria es la de la infraestructura cultural que impulsa cubrir un déficit en este campo, sobre todo en grandes regiones de Colombia alejadas de los centros de poder político y económico. Esto unido también al impulso de las políticas de las casas de la cultura que en el país han tenido larga tradición.

La política de *gestión internacional* de la cultura se mira en “un contexto marcado por la globalización y la cooperación dinámica entre países y pueblos”. Uno de los signos importantes es la realidad de las diásporas de colombianos hacia el exterior (se calculan alrededor de 4 millones) no sólo por lo que representan desde el punto de vista económico, sino porque son “puntos fundamentales de interacciones e intercambios simbólicos”.

- **El camino hacia un nuevo Plan de Cultura para la década:** la experien-

cia que ha tenido Colombia con *el Plan de Cultura 2001-2010: Hacia una ciudadanía Democrática Cultural*, ha sido muy positiva no sólo por los logros que tuvo en términos de realización de proyectos: como por ejemplo, el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas, el Plan Nacional de Música para la Convivencia, el Programa Nacional de Radios Comunitarias, el Plan Nacional de Artes, avances notable en estudios sobre economía y cultura, consolidación del Sistema Nacional de Cultura, entre otros. De todas maneras estamos a la espera de un compromiso del Ministerio con un nuevo plan pues hay un acumulado de datos, estudios y de experiencias que merecen continuar el proceso iniciado en la formulación en el año 2000.

- Otro aspecto muy importante es que se ha **generado un pensamiento político cultural y una pedagogía cultural al impulsar una ciudadanía activa, una ciudadanía cultural** que se ha traducido en mayor desarrollo en la participación y metodologías de formulación de políticas, planes y proyectos culturales lo que es muy valioso.

Debe resaltarse aquí la interlocución cada vez más creciente con sectores académicos, lo que ha significado un aporte en términos de riqueza de conceptualizaciones, análisis de contextos, investigaciones, metodologías de trabajo que le aportan a la institucionalidad de la cultura. De la misma manera a la universidad en sus funciones de docencia, investigación y extensión señalando también necesidades de nuevos programas académicos, de desarrollos disciplinarios, y como ha sucedido en otros lugares de Latinoamérica, interés por los Estudios Culturales.

- **El fomento regional:** éste ha sido decisivo en la consolidación institucional cultural y la gestión desde el estado nacional y su relación e interlocución con el resto

del país, muy especialmente debido al fortalecimiento del Sistema Nacional de Cultura.

En un país tan diverso como Colombia, como afirmaba anteriormente, desde los años 80 y especialmente después de la Constitución de 1991, y a la par con la realidad del conflicto, se ha desarrollado un proceso de participación en las regiones, con diferencias obvias entre ellas. El estatuto del nuevo municipio colombiano (1988), hizo que el núcleo de desarrollo cultural fuera esta instancia local y esto alimenta al Sistema Nacional de Cultura. Ha habido además una mayor organización institucional en los departamentos y en los municipios, en el campo de la articulación de la sociedad civil y la institucionalidad cultural con el Estado, por medio de los Consejos Territoriales y Sectoriales de Cultura.

Desde los organismos estatales de los departamentos, las ciudades capitales la organización se define de manera diferente entre: Secretarías de Cultura, Institutos de Cultura (algunos unidos al patrimonio, la educación, el turismo, los deportes y el desarrollo), coordinaciones culturales, corporaciones, oficinas para la cultura, turismo y protocolo, entre otros.

#### **- La Institucionalidad normativa<sup>4</sup>:**

En Colombia se ha hecho un esfuerzo considerable especialmente a partir de la Constitución de 1991, de la Ley General de Cultura 397 de 1997 y de la reforma de ésta por la Ley 1185 del 2008 por desarrollar un soporte legislativo que ha mostrado frutos. Cito algunos ejemplos relevantes: sobre comunidades negras 1993; sobre resguardos indígenas 1994; Ley del Libro en 1993; de archivos 2000; estampilla Procultura 2001; la Ley del cine en el 2003; Ley de Lenguas en el 2009, que reconoce fuera del español 64 lenguas indígenas, 2 afrodescendientes, y la de las comunidades Rom.

El Ministerio de Cultura acaba de presentar al Congreso 4 proyectos de Ley: sobre patrimonio sumergido, que en la caso de Colombia es muy significativo por el que se encuentra en el Mar Caribe; de espectáculos públicos para desactivar cargas tributarias excesivas de las artes representativas, el de cine para incentivar la inversión extranjera en escenarios la producción en el país, y el de creación de un fondo para la infraestructura cultural pues hay carencia de escenarios para grandes eventos. ("La Cultura no es tema de farándula": entrevista con la Ministra de Cultura Mariana Garcés en su primer año de trabajo, El Tiempo, 2011, p. 20)

#### **7. LA SUBGERENCIA CULTURAL DEL BANCO DE LA REPÚBLICA: UNA INSTITUCIONALIDAD DE GRAN PRESENCIA EN COLOMBIA**

En un acercamiento cultural a la institucionalidad cultural de Colombia es necesario nombrar una institución que desde los años 50 del siglo pasado viene desarrollando una labor cultural y una gestión muy eficiente con un soporte financiero considerable que se ha equiparado algunas veces al del mismo Ministerio, y es la Subgerencia Cultural del Banco de la República.

El Banco de la República es el equivalente al Banco Central. La subgerencia Cultural del Banco de la República, tiene dos instituciones sobresalientes: El Museo del Oro, el más famoso en su género en el mundo, y la Biblioteca Luis Ángel Arango considerada una de las más importantes de Latinoamérica, institución modelo, por su exitosa gestión, fondo bibliográfico, su avanzada tecnología y por el número de lectores que cubre, uno de los más altos en el panorama global. Posee además una pinacoteca de pintura universal, latinoamericana y colombiana que es de

gran valor. Y es depositaria de una donación del maestro Fernando Botero, tanto de buena parte de sus obras, como también de obras del patrimonio universal. La Subgerencia Cultural cuenta con 29 sucursales en el país, la mayoría de ellas bibliotecas, que son a la vez centros de cultura.

#### 8. DE CÓMO UN PROCESO DE APRENDIZAJE PARTICIPATIVO APORTA A LA CONSOLIDACIÓN DE LA INSTITUCIONALIDAD CULTURAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDAD: EL CASO DE MEDELLÍN "UNA CIUDAD QUE SE PIENSA Y SE CONSTRUYE DESDE LA CULTURA"

En el recorrido general realizado sobre aspectos de la institucionalidad cultural y los procesos de participación en Colombia, país con una diversidad cultural de gran dimensión, que es uno de sus mayores patrimonios, se ha resaltado que a pesar de sus problemas de violencia, sus procesos político culturales participativos, y la consolidación de una organización cultural que se ha enriquecido con ellos, es considerable.

No quisiera terminar sin referirme de una manera rápida a un caso muy concreto en la cultura local, el de Medellín mi ciudad. También la ciudad ha sido ligada, como nuestro país, a un imaginario muy doloroso de violencia, además explotado de una manera inmisericorde, sobre todo por los medios de comunicación tanto externos como internos. Sin embargo, la otra cara de una ciudad pujante y especialmente empeñada en salir adelante por medio de un proyecto educativo y cultural ha empezado a emerger y es mirada, no sólo en Colombia sino en el exterior, como un referente digno de análisis e invitada a escenarios internacionales como el que acaba de tener en L'Arsenal propiciado por la Alcaldía de París, para ver el caso de la transformación de Mede-

llín especialmente a partir de la cultura y del urbanismo social.

En ese contexto vale la pena mencionar una experiencia última que fue culminación de un proceso de más de dos años y medio en la elaboración de su *Plan de Desarrollo Cultural 2011-2020: Medellín una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura*.

Medellín es la segunda ciudad de Colombia, con 2 millones trescientos mil habitantes y otros municipios conurbados con los que conforma un área metropolitana de 3 millones 550 mil habitantes. Administrativamente está conformada por 6 zonas, 16 comunas y 5 corregimientos que corresponden éstos últimos al área rural de la ciudad que representa más del 70% de su territorio. Su mayor población está concentrada obviamente en el área urbana.

Hace 20 años fue considerada la ciudad más violenta del mundo y ha perdido mucha de su población, sobre todo joven por los estragos del conflicto: "hoy Medellín no es la ciudad ni más violenta del mundo, ni de Latinoamérica ni siquiera de Colombia (...) "el manejo transparente de los recursos, la intervención integral de territorios y de problemas (todas las herramientas de desarrollo puestas el servicio de las zonas más pobres de la ciudad, con una apuesta por el urbanismo social), y la decisión política y presupuestal de hacer que la educación y la cultura sean las herramientas claves para el desarrollo de la ciudad y de la sociedad, marcan el rumbo político e institucional de Medellín desde el 2004" (Montoya, *Medellín una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura. Plan de Desarrollo Cultural Medellín 2011-2020*. En el Seminario Internacional de Cultura y Desarrollo Local. Bello Horizonte (Brasil). Octubre 25-28 del 2011).

El llamado *urbanismo social* que ha desarrollado tanto Medellín, es un pilar fundamental del desarrollo local, que le ha hecho énfasis al proyecto cultural y educativo y la puesta en marcha de programas con una gestión eficaz y de perspectiva sostenible y que ha permitido la construcción de centros educativos, escuelas y colegios y de espacios públicos como: una red maravillosa de bibliotecas, el Jardín Botánico, el Parque de la Ciencia, Centro Cultural Moravia (en un antiguo barrio de invasión construido sobre un basurero), el Centro de La Memoria, entre muchos otros, con una inversión alta y con una concepción de que en los sectores menos favorecidos es en donde más hay que hacer construcciones de altísima calidad estética y técnica, de amplia proyección.

El Plan de Cultura de Medellín y su lema *una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura*, tiene toda la fuerza de su significado. Es importante señalar que todo esto está articulado a la Agenda 21 de Cultura concertada en Barcelona y Porto Alegre, y es fruto también de un proceso político cultural y de fortalecimiento de la institucionalidad cultural que desde los años 80 ha llevado a cabo un diálogo muy fructífero entre institucionalidad pública y privada, sectores académicos, creadores y líderes culturales, gestores culturales, líderes comunitarios, empresarios, lo que ha permitido un acumulado cultural que en sí mismo es un valioso patrimonio de metodologías de formación de planes y pedagogía político cultural. Se puede afirmar que además se ha desarrollado una cultura política, entendida en la perspectiva en que un investigador colombiano Arturo Escobar ha venido estudiando a partir de los movimientos sociales.

La universidad pública ha tenido papel protagónico en el proceso de desarrollo político cultural de Medellín, pues desde los años 90 con el primer Plan de

Cultura de la ciudad que se constituyó en el primero de su género en el país, y el segundo que se acaba de entregar, han sido las dos universidades públicas colombianas más importantes colombianas, las que los han coordinado, y docentes de ellas han participado en los dos procesos: la Universidad Nacional de Colombia-sede Medellín y la Universidad de Antioquia.

El último Plan que se entregó fue coordinado por la Universidad de Antioquia en cabeza de la directora de Extensión Cultural de ese centro universitario, María Adelaida Jaramillo. Con el profesor Patricio Rivas aquí presente tuve la oportunidad de compartir esta experiencia con otros asesores, regionales, nacionales e internacionales. La participación comunitaria fue de verdad exitosa: 62 talleres territoriales, 12 sectoriales, 2 foros de ciudad, el primero en el contexto de la reunión del BID que tuvo lugar en Medellín en el 2009, y el segundo para la entrega final. 6 foros temáticos, 6 reuniones con expertos nacionales, internacionales; varias reuniones con los servidores públicos sobre todo de la Secretaría de Cultura Ciudadana y la asesoría permanente del Consejo Municipal de Cultura. (Montoya, *Medellín una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura. Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020*, 2011, p. 2. Presentado en el Seminario Internacional de Cultura y Desarrollo Local. Bello Horizonte (Brasil). Octubre 25-28 del 2011).

Todo esto muestra un espectro amplio de esa participación que sin lugar a dudas le dio legitimidad al proceso y que asimismo refuerza la posibilidad de gobernanza.

**El Objetivo del plan es:** "Promover y consolidar a Medellín como un espacio cultural abierto al mundo, equitativo, incluyente, deliberativo y diverso que promueve la implementación de políticas culturales

participativas al servicio de la expansión la ciudadanía cultural, del desarrollo sostenible y del mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de todos sus habitantes”.

Se definieron los siguientes **retos** para el Plan:

- La cultura como motor de transformación.

- La ciudad en un mundo con nuevas realidades: Comunicado, competitivo y planificado.

- Los derechos culturales.

- La Convivencia plural y pacífica en un mundo más urbano.

- El asunto central de la diversidad en el mundo de hoy.

Asimismo se tomaron como **enfoques** del plan: el de derechos, el poblacional, el territorial, articulados entre sí.

Finalmente se definieron los **lineamientos político culturales** y se precisaron estrategias:

1. Expansión de la ciudadanía y de la democracia cultural

2. La interculturalidad para la construcción de la ciudad

3. Impulso y generación de procesos de reconocimiento social del patrimonio

4. Educación ciudadana en la construcción de ciudadanía

5. Fomento y fortalecimiento de la formación y de la educación artística y cultural

6. Gestión del conocimiento, acceso a la información y a las tecnologías en diálogo con la cultura

7. La ciudad comunicada y comunicadora

8. Cultura y desarrollo

9. Interacción de Medellín con la región metropolitana del Valle de Aburrá, el departamento, el país y el mundo

10. Fortalecimiento de la institucionalidad y del sector cultural

### ¿Qué significa todo este proceso?

Quisiera terminar con una referencia más directa a la lectura que he hecho de mi ciudad en clave de cultura como participante activa desde los años 70 en sus procesos culturales, en la definición de políticas y planes, en la investigación sobre ellos, y con una mirada que si bien tiene su raíz en la vida académica, se ha podido ampliar con la participación directa en proyectos, tanto de la institucionalidad oficial como de la privada, y lo que ha representado gran aprendizaje para mí, los procesos comunitarios donde tiene una gran fortaleza la ciudad.

Todo este “recurso cultural” ha tenido la fuerza para que en medio de enormes dificultades se haya seguido **construyendo ciudad** en sus proyectos y propuestas educativas y culturales.

En 1990 en el primer Plan de Cultura para la ciudad ampliamente participativo también, cuyo lema era “*la afirmación de la vida y la creatividad*” se dice:

(...) el surgimiento de las culturas se impone como el único combate de la vida para hacer que el curso de la Historia en la unidad de sus factores se recobre y en sus líneas se vuelva a relatar el tiempo en la dimensión espiritual y trágica cambiante y ensoñadora de los hechos de la cultura y en

este sentido, la construcción de la propuesta de organizar la acción cultural para una ciudad como la nuestra constituyen una respuesta para la afirmación de la vida y de la creatividad. (Citado por Bravo, Itinerarios Culturales, 2008, p. 137).

En el prólogo del Plan que acabamos de construir, *Medellín, una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura* encomendado a uno de los asesores internacionales, Patricio Rivas se dice:

Los propósitos y metas trazadas en el Plan, requieren de instituciones estatales y privadas que mejoren y flexibilicen sus mecanismos de gestión, redistribución de recursos y apoyo a los procesos socioculturales que, a diferencia de otros sectores de la vida económica y social, no se rigen por temporalidades y marcos de referencia precisos como sucede con educación, salud e infraestructura.

Sin ser exhaustivo, el esfuerzo de articular a Medellín como un espacio cultural, contribuye de manera decisiva a la superación del centrismo con el cual tradicionalmente se definen las políticas públicas en América Latina.

Pero desde un ángulo más profundo, Medellín, mediante el Plan, se hace cargo de pensar la cultura como factor indispensable de la libertad, la paz y el desarrollo. (Rivas en Plan de Cultura de Medellín 2011-2020, 2011, p. 23).

Vale la pena añadir que la institucionalidad cultural se ha consolidado en la ciudad no sólo desde los soportes político administrativos del mejoramiento de la gestión y de la perspectiva permanente de la sostenibilidad desde los términos económicos y sociales, también desde el punto de vista financiero, normativo y de

interlocución permanente con otros sectores, por ejemplo el empresarial. Éste lo ha asumido no sólo con el concepto de la empresa moderna como responsabilidad social sino con uno que va más allá y que implica una concepción ética, política, el de *corresponsabilidad*.

También se ha establecido una interlocución muy dinámica con otros países especialmente europeos y latinoamericanos. El caso de la cultura en Medellín llama la atención por los cambios que se están generando a pesar de la violencia, por la convocatoria que siempre es respondida, y debo también mencionarlo, por un soporte económico significativo, pues la ciudad en este momento cuenta con el mayor presupuesto destinado para la cultura por una ciudad colombiana.

#### CODA

Querido colegas y participantes de este Seminario, el diálogo, esa bella forma de comunicación humana que nos fue enseñada desde los orígenes de nuestra cultura en la filosofía griega y que en el discurso contemporáneo y el contexto de la diversidad cultural adquiere mayor dimensión, en el escenario de este seminario tiene una fuerza especial. Varias personas de Medellín han venido a Brasil a intercambiar y aprender de ustedes, lo mismo que de otros países latinoamericanos. En el evento que nos congrega en esta hermosa ciudad de Niterói participa mañana en el debate sobre "Movimientos sociales, territorios interculturales y derechos", otro colega, líder cultural y de la comunicación en nuestra ciudad, el querido amigo Mauricio Mosquera, Director de Telemedellín.

Con mis añoranzas de antigua estudiante de filosofía y de lectora y amante de la literatura vuelvo a retomar la

pregunta de Heidegger a propósito de la poseía de Hölderlin: ¿es posible hablar de poesía en tiempos de penuria? Pregunta vigente, con mucha mayor razón en estos flujos vertiginosos de la contemporaneidad que nos acosan con las crisis, las incertidumbres, los peligros, y sobre todo, la fuerza devastadora de la violencia.

Les tengo que confesar que sí, es posible en estos tiempos de penuria retomar el significado esencial de la palabra “poiesis”: creación. Nacimos para habitar creativamente nuestro mundo, creatividad en el sentido más profundo de esta palabra, capacidad enorme de crear a — pesar de nuestra frágil naturaleza — que nos ha sido concedida a los humanos que al crear y dejar memorias que nos enlazan con el pasado, le dan significado al presente, y nos permiten vislumbrar un futuro con el cual tenemos la obligación de sembrar esperanza para los que nos sucedan.

En una bella obra llamada “Los Invocados”, un gran escritor colombiano, Premio Rómulo Gallego, amigo y colega de la universidad, Manuel Mejía Vallejo, fallecido hace diez años decía:

No sé si uno sea lo que ya pasó, o si continua siendo otra esperanza, la poesía tiene que decirlo o pierde su retórica. Que sólo el verso vista nuestra desnudez, que sólo la verdad con música diga nuestro desarraigo, o se haga luz por el milagro de la existencia obligatoria. Que cada palabra cumpla su destino; que cada verso diga la posibilidad de no morir completamente. Que la voz del que canta sabia y bondadosamente sea la voz de los que no la tienen y el oído de los que no pueden escuchar. De los que todavía seguimos esperando.

Esto es ni más ni menos el destino de la cultura.

## Bibliografía

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Secretaría de Educación, Cultura y Recreación Departamento Administrativo de Planeación Metropolitana. Plan de Desarrollo Cultural de Medellín. Medellín: Servigráficas. 1990.

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Sistema Municipal de Cultura, Universidad de Antioquia Ayuntamiento de Barcelona Agenda 21 de Cultura, Ministerio de Asuntos Exteriores de Cooperación, Aecid. *Plan de desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020: Medellín un, una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura* Medellín: Alcaldía de Medellín- Universidad de Antioquia. 2011.

BRAVO, Marta Elena. *Políticas culturales en Colombia: historia investigada 1930-1946*. Historia vivida 1980-1991. En Gaceta nº 48 Cátedra de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura. 2001.

BRAVO, Marta Elena. *Itinerarios culturales 1985 – 2007 – Voces y presencias*. Medellín, Biblioteca Pública Piloto, Comfenalco, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas y Económicas, Gobernación de Antioquia, Dirección de Fomento a la Cultura, Universidad de Antioquia, Extensión Cultural. 2008.

BRAVO, Marta Elena. *Políticas culturales en Colombia*. En: *Políticas Culturais na Ibero-América*. Antonio Albino Canelas Rubim y Rubens Bayardo (Orgs). Salvador: EDUFBA, 2008.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. *Ley 1185 de 2008*. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 – Ley General de Cultura- y se dictan otras disposiciones.

EL TIEMPO (periódico). *Riqueza Cultural*. Bogotá, sábado 17 de septiembre del 2011, p. 26.

EL TIEMPO (periódico). *La cultura no es un tema de farándula*. Entrevista a la Ministra de Cultura de Colombia Mariana Garcés. Miércoles 2 de noviembre de 2011, p. 20.

ESCOBAR, Arturo y Álvarez, Sonia E. y Dagnino Evelina. *Política cultural y cultura política* una mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos. Bogotá: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, 2001.

MARTÍN BARBERO, Jesús. *Políticas culturales de nación en tiempos de globalización*. En: Gaceta. N° 48. Bogotá: Enero 2001 – diciembre 2002.

MINISTERIO DE CULTURA. *Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997)*. Sanabria Acevedo, Alberto (compilador). Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia, 2000.

MINISTERIO DE CULTURA. *Compendio de políticas culturales*. Compilador General Germán Rey. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2010.

MINISTERIO DE CULTURA. Subdirección Regional. *Sistema Nacional de Cultura SNCu*. Corte 16 de agosto del 2011. (Documento impreso).

MINISTERIO DE CULTURA. Una década de ciudadanía democrática cultural. 2011. (Texto impreso).

MONTOYA HERMMAN, *Medellín una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura. Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020*, 2011, p. 2. Texto Presentado en el Seminario Internacional de Cultura y Desarrollo Local. Bello Horizonte: Octubre 25-28 del 2011.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Ministerio de Cultura. *Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010. Hacia una ciudadanía democrática cultural*. Presidente Andrés Pastrana. Ministra de Cultura Aracelli Morales. Bogotá: 2002.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. *Constitución Política de Colombia* 1991. Santa Fe de Bogotá: Ecoe ediciones. 1991.

### Páginas web

MEJÍA, Juan Luis. ¿Derechos sin Estado? Tres momentos de la Institucionalidad cultural en América Latina. En: Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. OEI. Fecha de consulta octubre 25. Disponible En: <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric07a05.htm>>

MEJÍA, Juan Luis. *Apuntes sobre las políticas culturales de América Latina, 1987-2009*. En: *Pensamiento Iberoamericano*. Revista n° 4, 2ª época, 2009. Fecha de consulta octubre 18. Disponible En: <<http://www.pensamientoiberoamericano.org/articulos/4/97/0/apuntes-sobre-las-politicas-culturales-en-america-latina-1987-2009.html>>

REY, Germán. *Cultura y Desarrollo humano: unas relaciones que se trasladan*. En Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. OEI. 2002. Disponible En: <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a04.htm>>

---

<sup>1</sup> Niterói, noviembre 17 de 2011

<sup>2</sup> Profesora Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín. Facultad de Ciencia Humanas y Económicas

<sup>3</sup> Término utilizado por dirigentes y teóricos de la economía para referirse a Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Suráfrica que tienen como características poblaciones jóvenes, dinámicas económicas para la inversión, cierta estabilidad política (antes del golpe de Egipto) que permite ver en ellos un futuro promisorio.

<sup>4</sup> Se utiliza aquí el concepto del investigador chileno Manuel Antonio Garretón en su texto sobre las Políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile (Políticas culturales en Iberoamérica, 2008:94)

Contato:

Marta Elena Bravo  
hermelin@une.net.co

**¿Cómo hablar de cultura en la universidad?  
La gestión de un campo para los Estudios Culturales**

**Como falar de cultura na Universidade?  
A gestão de um campo para os Estudos Culturais**

**How do we speak about culture in the university?  
Managing the field of Cultural Studies**

**Mónica Bernabé<sup>1</sup>**

**Palabras clave:**

Cultura

Universidad

Estudios culturales

Contexto

Campo

**Resumen:**

Partimos de la complejidad que presenta el vocablo cultura y precisamos el modo en que lo usamos en el momento de formular el proyecto de la Maestría en Estudios Culturales. También argumentamos sobre la importancia de los contextos en el marco de los estudios culturales y las estrategias para establecer conexiones entre sociedad y universidad. De ahí que formulemos una agenda para una discusión de los espacios que ocupa el problema de la cultura en la era del pos-industrialismo y la necesidad de revisar los marcos disciplinares que organizan las universidades. A su vez, describimos las conexiones locales y los recursos de la cultura que motivaron la fundación de un nuevo espacio de estudios de posgrado en Rosario, Argentina.

**Resumo:**

Partimos da complexidade que apresenta o vocábulo “cultura” e determinamos o modo como o usamos no momento de formular o projeto do Mestrado em Estudos Culturais. Argumentamos, inclusive, sobre a importância dos contextos no âmbito dos estudos culturais e as estratégias para estabelecer conexões entre sociedade e Universidade. A partir daí, formulamos uma agenda para a discussão dos espaços em que ocupa o problema da cultura na era pós-industrial e a necessidade de revisar os setores disciplinares que organizam as universidades. Por sua vez, descrevemos as conexões locais e os recursos da cultura que motivaram a fundação de um novo espaço de estudos de pós-graduação em Rosario, Argentina.

**Palavras chave:**

Cultura  
Universidade  
Estudos culturais  
Contexto  
Campo

**Key words:**

Culture  
University  
Cultural studies  
Context  
Field

**Abstract:**

We begin by dealing with the complexity of the term culture and precisely define how we employ it when we formulate the project for the Masters in Cultural Studies. We also discuss the importance of contexts in the framework of cultural studies and the strategies to establish connections between society and university. Along these lines we develop an agenda for the discussion of the spaces the cultural issue occupies in the post industrial era and the need to review the way universities organize the different disciplines. At the same time, we describe the local connections and the cultural resources that motivated the foundation of a new space for post graduate studies in Rosario, Argentina.

## ¿Cómo hablar de cultura en la universidad? La gestión de un campo para los Estudios Culturales

### LA PALABRA CULTURA

“No hablan el mismo idioma” decía Raymond Williams. Se refería a las distintas formas de valorar o los diferentes intereses aplicados a una misma palabra sin precisar los alcances de su significación. Sospechamos que cuando decimos cultura no siempre hablamos el mismo idioma ni referimos al mismo fenómeno. (Williams, 2003). En la medida en que un vocablo registra usos variados por parte de múltiples agentes, la prudencia impone examinar las circunstancias y operar con el rigor crítico que permita establecer una conversación entre distintas disciplinas y colegas de disímiles procedencias. La palabra cultura está ligada a los contextos, es decir, en estrecha relación con el campo de fuerzas en donde se configuran nuestras experiencias. Por eso, si cultura es una palabra clave y describe un área de convergencia, entonces habrá que afinar el análisis sobre sus usos. Para empezar, podemos decir que cultura es un vocablo altamente significativo y acarrea incertidumbres teóricas y dificultades relacionadas con su conceptualización, sus referencias y sus aplicaciones.

En primer lugar, creo importante señalar que en el marco de la universidad se plantea una circunstancia institucional problemática al momento de iniciar una conversación sobre la cultura. Existe una suerte de consenso académico sobre la necesidad de promover el abordaje interdisciplinario y de dar impulso a programas de estudios que atiendan a las nuevas tramas socio-culturales configuradas en las últimas dos décadas del siglo XX, en

especial, a los procesos de “desclasificación” y “des-distribución”, como los denomina Hans Ulrich Gumbrecht: “mientras las diferencias a nivel de los ingresos individuales crecen exponencialmente, la tradicional jerarquía simbólica entre las diferentes clases sociales parece haber desaparecido hace mucho” (Gumbrecht, 2003). Un dato sobresaliente de nuestro contexto son los desbordes de los parámetros de las modernidades nacionales a partir de las grandes corrientes migratorias y los efectos de las nuevas tecnologías. Estos fenómenos, que operan a escala transnacional, han astillado las nociones convencionales y de mayor circulación referidas a la cultura: la que piensa a la cultura como una esfera relativamente autónoma o, del otro y en un sentido más antropológico, la que entiende que cultura es una forma de vida. El problema consiste en que, al momento de determinar un lugar propicio para establecer un diálogo y una acción interdisciplinaria en conexión con la levadura cultural que crece en la calle, la universidad parece no poder ofrecerlo. Nos preguntamos ¿en qué espacio académico pueden asentarse programas de estudios móviles, fluidos y en condiciones de sortear los protocolos formales con los que funciona la universidad? ¿Cómo sincronizar los tiempos largos del trámite académico con la aceleración del tiempo social?

El tema reviste su importancia porque, como señala Heloísa Buarque de Hollanda, innovar, pasar fronteras, inventar es una operación de riesgo en el área de las humanidades y de los departamentos de comunicación y sociales en que se divide el saber ya consolidado. (Buarque de Hollanda, 2010). En general la conversación transdisciplinaria termina produciéndose en los márgenes de la institución, o simplemente se despliega en algún congreso o proyecto de investigación y, en muy pocas ocasiones, inte-

ractuando con agentes ajenos a la universidad: estados municipales o provinciales, ongs, empresas privadas.

En el campo de los estudios culturales desde hace ya bastante tiempo se viene advirtiendo sobre el fenómeno de la expansión de la cultura al ámbito político y económico. George Yúdice analiza el proceso de culturalización de la economía hacia fines del siglo XX en su imprescindible *El recurso de la cultura* desde donde redefine las tradicionales nociones de la cultura que distinguían entre lo alto, lo masivo y lo antropológico. Si atendemos a la nueva división internacional del trabajo cultural veremos cómo se han desarticulado muchos de nuestros viejos paradigmas interpretativos. La cultura ya no es sólo la expresión de la identidad de un grupo o la lucha entre los contenidos culturales hegemónicos y subalternos o entre lo local y lo universal. Hoy en día, la alta cultura -lejos de definirse en oposición a la cultura de masas- también es un recurso cuando, para dar un ejemplo de la ciudad de Rosario, un festival de poesía o un museo de arte contemporáneo pasan a formar parte de un proyecto urbano que, a su vez, se vende como atracción turística. La cultura entendida como recurso entra en sintonía con una racionalidad económica comparable a la que se aplica a los recursos naturales [Yúdice, 2002, 14]. Esto sucede como efecto del proceso vertiginoso de expansión cultural que se produce en sintonía con la dinámica de desmaterialización y distribución sin precedentes de los bienes simbólicos en el marco del denominado “capitalismo cultural” en la era posfordista del trabajo.

Pero antes de continuar con el tema de la cultura como recurso, o mejor, para encontrarle una variable que atienda a nuestra actual coyuntura universitaria, quiero recuperar un aspecto del problema muy presente en Raymond Williams y que

resulta importante si pensamos que la gestión de la cultura debe estar acompañada de un programa de estudios que argumente sobre teoría de la cultura. Una teoría que reintroduzca lo material en este ámbito será posible desde un pensamiento de la experiencia. Afinar la especulación sobre la cultura en la experiencia es una forma de accionar contra las abstracciones y la excesiva desmaterialización del mundo posmoderno. Para ello, es necesario citar aquí otra palabra clave o construcción verbal central de *Marxismo y literatura* de Williams: la “estructura de sentimiento” o, mejor, “estructura del sentir”. Pienso que si la cultura es un recurso como postula Yúdice, ella comienza por accionar en lo físico y en lo corporal. Es un dato que interesa a la hora de analizar cómo es que hablamos de cultura en la universidad, una observación que resultó decisiva al momento de elaborar nuestro programa de Estudios Culturales. Decidimos abordar la cultura desde un tiempo presente para evitar las descripciones y trabajos propios de los estudios humanísticos o la sociología clásica que generalmente han pensado la cultura en tiempo pasado. De cierta forma, procuramos emplazar nuestras experiencias en el tiempo presente a fin de resistir su transformación en un producto acabado. El dilema que afrontamos es justamente la dificultad que produce pensar lo contemporáneo, esto que está sucediendo ahora cuando escribo a fin de resistir activamente una posible separación entre la cultura y la sociedad, entre experiencia y universidad. Desde el punto de vista de los estudios culturales, el interés reside en dar cuenta de lo vivo, de lo que está siendo, en cierta forma, del roce de nuestro objeto de estudio con lo personal, lo subjetivo: esto que me está sucediendo aquí y ahora.

Lo contemporáneo es tema de debate y terreno incierto. Vale la pena anotar que cuando decimos tiempo presen-

te estamos pensando desde las coordenadas de un tiempo complejo. Giorgio Agamben advierte que los coinciden de una manera excesivamente absoluta con la época, que concuerdan perfectamente con ella, no son contemporáneos porque, justamente por esa razón, no consiguen verla, no pueden mantener su mirada fija en ella. De ahí que lo contemporáneo habite en las fallas, en las fracturas del tiempo que nos ha tocado vivir. Michel Foucault veía al pasado como la sombra que producen las interrogaciones teóricas del presente. *Ante el tiempo* es el título del libro de Georges Didi-Huberman que retoma estas coordenadas para finalmente declarar la soberanía del anacronismo entendido como una constelación de tiempos heterogéneos que convergen como efecto de ciertas experiencias culturales y artísticas. Más que hacer historia, dice, importa examinar las manipulaciones que la memoria hace del tiempo. En los fragmentos de un muro de Fra Angélico pintado en un convento florentino del Quattrocento, el crítico francés “ve” o experimenta el recuerdo de los drippings de Jackson Pollock. Un cuadro, entonces, puede contener todos los tiempos y Fra Angélico ser más afín a los pintores de la neo-vanguardia que de sus contemporáneos renacentistas. Somos contemporáneos a condición de poder manipular múltiples tiempos.

Desde esta experiencia de la contemporaneidad, abordar la cultura viviente significa instalarse en las borrosas fronteras entre el pasado y el presente para entender las variables que envuelven a la actividad humana inserta en un proceso básico y decisivo: el entramado del lenguaje. Precisamente, Raymond Williams pensó que las formas de la cultura estaban inevitablemente ligadas a las formas del lenguaje.<sup>2</sup> Capas de aire, aliento material, grano de la voz, emanación vibrátil de los cuerpos, el lenguaje no es instrumento sino práctica activa, cambiante, nunca fija. En sinto-

nía con Raymond Williams, pensamos que la estructura de sentir brinda una perspectiva para enmarcar una forma posible de hablar de cultura en el presente y, al mismo tiempo, gestionar un programa de estudios culturales en donde la cultura sea entendida como conciencia práctica. La tarea reviste un costado político: consiste en liberar a los sentidos corporales de su alienación y restaurar la experiencia de lo táctil tan afín a las estrategias de las vanguardias. Susan Buck-Morse propone reconciliar al arte y la cultura con lo estético pero a condición de recuperar el significado etimológico de la palabra “estética”, es decir, aquello que “percibe a través de la sensación”. *Aisthesis*, la experiencia sensorial de la percepción. Las terminales de los sentidos – nariz, boca, ojos, oídos, algunas áreas más sensibles de la piel – están localizadas en la superficie del cuerpo, la frontera que media entre el interior y lo exterior. El campo original de la estética no es el arte sino la realidad, la naturaleza corpórea, material. (Buck-Morse, 2005). Entonces, si los cuerpos importan es imprescindible orientar la educación para la resistencia contra la domesticación cultural de nuestros sentidos. El centro no es el cerebro, sino el cuerpo en tanto sistema sinestésico que conecta con el mundo de afuera.

Un programa de estudios de la cultura que trabaje para la justicia social hará propicia la creación de espacios institucionales de sensibilización ajenos al formato burocrático y los controles de medición, en definitiva, de una política que resista a la “pulsión de prueba” como la entiende Avital Ronell, es decir, del testeo a través del número (de publicaciones, nacionales e internacionales, con referato o sin referato, de direcciones y codirecciones de tesis, de tesis en curso y tesis aprobadas, etc. etc. etc.). Nos preocupa la relación entre la cultura de la universidad y la cultura de la sociedad, los

puntos de contacto y los desencuentros, los puntos ciegos de una situación que encontrará sus salidas en la posibilidad de articular o fundar otros sistemas u otros circuitos de evaluación y producción.

Los estudios culturales dibujan un campo de fuerzas a partir de tres puntos básicos - cultura, sociedad y universidad - con el objetivo de construir un territorio posible desde el cual desarrollar un trabajo de gestión innovador. Hablo por mi experiencia reciente: la gestión de la Maestría en Estudios Culturales en el Centro de Estudios Interdisciplinarios la Universidad Nacional de Rosario<sup>3</sup>. En el momento de elaborar nuestra perspectiva conceptual, que ya señalé como un factor imprescindible a la hora de trabajar en la cultura, partimos de los aportes realizados por especialistas provenientes de distintos campos de estudio. En los últimos años se han publicado una gran cantidad de trabajos sobre teoría de la cultura como sobre políticas culturales. Particularmente, llama la atención la edición de diferentes diccionarios.<sup>4</sup> Los diccionarios, como las enciclopedias, son formas de ordenar el saber y recurrimos a ellos en situación paradójica. Si la modernidad comienza con una Enciclopedia, con la quimera de Diderot y D'alembert de compilar la suma del conocimiento, siglos después los cimientos mismos de esa modernidad serán sacudidos con otra enciclopedia: la que Borges imaginó en el "Idioma analítico de John Wilkins" y que hace reír a Foucault al iniciar la escritura de *Las palabras y las cosas* y su descripción del trastorno profundo del afán clasificatorio del pensamiento occidental.

En los inicios del siglo XXI, la preocupación por definir el término cultura, y establecer un léxico básico para el campo de estudios correspondiente, probablemente se ajuste a la necesidad académica de fundar una lengua vehicu-

lar, una especie de esperanto que pueda mediar entre las distintas disciplinas y legitimar un área de conocimiento. La proliferación de diccionarios y de lexicones también puede ayudar a la revisión de las bases epistemológicas de los tradicionales estudios humanísticos a fin de obtener mapas confiables para el abordaje de las relaciones entre cultura y sociedad en el momento en que han caído las certezas desde las cuales analizábamos la dimensión simbólica de la vida colectiva. Vienen a aportar el rigor científico necesario para autorizar las bases institucionales para el estudio de las acciones de producción, administración y distribución de la cultura. Son los pasos obligatorios para organizar un campo disciplinar que propicia la emergencia de espacios innovadores para la discusión académica. Por último, los diccionarios, junto con los numerosos ensayos interdisciplinarios, son una forma de dar respuesta a un cierto malestar curricular que asoma en las aulas universitarias a causa de la desconexión entre la academia y la sociedad en temas que revisten una cierta urgencia: la experiencia de la violencia (lo que Susana Rotker denominó "ciudadanía del miedo") y la profunda desigualdad en los modos de acceso a la sociedad del conocimiento.

En el marco latinoamericano, la relación entre cultura, sociedad y universidad asume significativas variaciones según la impronta de cada una de nuestras historias y tradiciones institucionales. Si indagáramos exhaustivamente en las estrategias de la gestión de la cultura en cada uno de los casos específicos, probablemente las circunstancias que rodean a los colegas de Niteroi o Medellín o Lima difieran con las de Rosario. De ahí que resulte interesante la tarea de articular un consenso crítico y epistemológico que nos permita encontrar unas bases sólidas para avanzar en los intercambios. Más allá de que provenimos de experien-

cias formativas diferentes, lo cierto que, en el terreno de la cultura, nos hallamos atrapados en un campo enunciativo que fluctúa entre nociones circunscriptas entre dos extremos. Por un lado, una noción amplia, muy general que hace equivaler a la cultura con toda una sociedad y que se evidencia en nociones como “la cultura argentina” o “la cultura brasilera”. Por el otro, una noción restrictiva, referida a la “encrucijada valorativa” de la cultura como reclama Beatriz Sarlo y que tiene sus raíces en la concepción adorniana del terreno de las artes y la literatura (Sarlo, 1997). Precisamente, ubicándonos en medio de esta tensión, propusimos gestionar un programa de estudios interdisciplinario para incursionar en los flujos y acciones de la cultura contemporánea.

## CONTEXTOS

Lawrence Grossberg plantea que los estudios culturales no son estudios “sobre” la cultura, aunque la cultura sea un punto fundamental del proyecto, sino que tienen como objeto las formas en que las prácticas culturales producen, se insertan y operan en el interior de la vida cotidiana. Los estudios culturales ofrecen una estrategia y una política para explorar los modos en que los contextos de vida se constituyen en matrices de poder y de conocer las posibilidades de luchar, resistir y cambiar las estructuras de ese poder.

Entonces cabe preguntar: ¿cuál es el contexto desde el cuál partimos para la promover un programa de estudios culturales? ¿Cuál la coyuntura que presiona al momento de asumir nuestra tarea intelectual? En lo inmediato, nuestro contexto es la vida institucional, nuestra experiencia académica atravesada por relaciones sociales y políticas que suponen un compromiso tanto con el adentro y el afuera de la universidad. Algo similar postula Heloisa

Buarque de Hollanda cuando dice que los estudios culturales son un área con una vinculación visceral a contextos históricos y geopolíticos [Buarque de Hollanda, 2011]. Contrariamente a la tradición universalista desde la que se pensó el orden curricular en las disciplinas sociales y humanísticas en América Latina, los estudios culturales impulsan hacia una lógica local en la producción de conocimiento.

Partimos de una localidad cultural (Rosario) a fin de poner en relación una ciudad con su situación regional (Mercosur, Unasur) en el marco de un intercambio cultural global. La instancia que abre los estudios culturales, permite que lo local sea básicamente la posibilidad de poner en circulación teorías y conocimientos generales en concordancia con políticas propias, tanto desde lo académico como de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. Significa poder reflexionar sobre las relaciones entre modernidad y posmodernidad en el mundo global en el marco de las prácticas cotidianas. Significa producir una teoría de la cultura que registre sus circunstancias y pueda sostener un contacto fluido con la red cultural pública tanto gubernamental como con los movimientos sociales. Cuando hablo de cultura lo hago a partir de una precisa circunstancia de enunciación: la experiencia de vida en una ciudad de un millón de habitantes que está situada a 318 kilómetros de una megalópolis, Buenos Aires, con once millones de habitantes. La relación entre estas dos ciudades fue históricamente pensada en términos de dependencia interna: el poder centralizador y amenazante de Buenos Aires es producto de una larga historia de dominación y vaciamiento ejercida sobre las ciudades del interior del país. Esto ha sido una de las marcas constitutivas de la nación argentina y las notas básicas de un problema político y económico que no deja de suscitar tensiones en la vida cultural de nuestra sociedad.

Hay veces que comenzamos por una intuición para dar inicio a una investigación. Partimos de la hipótesis de que la universidad es una isla urbana. En el marco de la segmentación que caracteriza a las metrópolis contemporáneas, la universidad funciona como un mundo aparte, con sus reglas y protocolos y que de vez en cuando interactúa con otros mundos en un espacio complejo y múltiple. ¿Existe alguna sintonía entre las prácticas universitarias y las prácticas de la vida cotidiana en la ciudad? ¿Cómo es que se relaciona la universidad con el afuera? Y si coincidimos en que ese vínculo es frágil e intermitente, ¿cómo intensificar el diálogo y multiplicar las conexiones a fin de propiciar una trama de colaboración fecunda? Esta es la encrucijada en la nos encontramos al asumir la tarea de propiciar cambios para dejar de ser sólo observadores de las formas culturales y comenzar a introducirnos en el mundo de los problemas de la gente con la finalidad de aportar para la constitución de vasos comunicantes entre los investigadores, los diferentes proyectos de producción cultural y la acción comunitaria. Si acordamos que la cultura no se distingue de la política y la economía, será gestión la otra palabra clave para establecer estrategias de relación. Como lo ha señalado George Yúdice, la cultura como recurso constituye un nuevo pacto epistémico donde la ideología y buena parte de lo que Foucault denominó sociedad disciplinaria son absorbidas dentro de una racionalidad económica o ecológica de modo tal que se vuelven prioritarias la gestión, la conservación, la administración, la distribución y la inversión. Frente a este nuevo panorama de la cultura, ¿cuál es la política de relaciones de la institución a la que seguimos llamando universidad? ¿Qué política viene desarrollando en reconocimiento de este nuevo marco epistemológico que entiende a la cultura como un campo de negociación más que

como la expresión de contenidos? Una concepción expandida de la cultura se legitima en función de su capacidad de resolver problemas sociales y se constituye como incentivo para la generación de riquezas y la inclusión social. En este sentido, la economía política es economía cultural. ¿Y cuáles son los programas de estudios que contemplan estos cambios estructurales? Creo no equivocarme si respondo que prácticamente esos programas constituyen una alarmante minoría.

#### EL CAMPO DE CULTURA EN EL CONTEXTO DE LA CULTURA DE LA SOJA

Para operar con la estrategia del anacronismo, el contexto desde el cual abordé el tema de la cultura como recurso me permitió recuperar el concepto primario de la palabra cultura, el que está inscripto en su genoma etimológico: el cultivo de la tierra. Este orden primario de la significación del vocablo posiblemente haya sido paulatinamente abandonado a causa del imaginario iluminista del progreso que propició que la ciudad se constituyera en sinónimo de cultura en oposición a la rusticidad de la vida campesina. Y sin embargo, a fines del siglo XX, cambios tecnológicos radicales se asientan en el campo de tal forma que la agricultura se volvió un enorme laboratorio científico. Vivimos una época en la cual la tradición del cultivo de la tierra está siendo violentamente transformada por el capitalismo transnacional que se cierne como amenaza a la biodiversidad. El historiador Eric Hobsbawm graficó los cambios ecológicos del planeta desde una perspectiva satelital. Al comienzo de la era de las revoluciones la Gran Muralla China era el único resultado de la acción del hombre sobre la Tierra que podía ser visto desde el espacio. A comienzos del siglo XXI, en cambio, se hace visible la reducción de los espacios verdes, el aumento del

tamaño de las grandes metrópolis, la luz de ciertas instalaciones gigantes como los grandes aeropuertos, los destellos de las guerras y de las catástrofes. Se me ocurre que desde estas imágenes espaciales surge una agenda para los estudios culturales del nuevo milenio. Advierte el historiador inglés que los dos problemas centrales, y a largo plazo decisivos para el destino de la humanidad, son de orden demográfico y ecológico (Hobsbawm, 2001). Al mismo tiempo que disminuye el espacio verde, crece la brecha que separa ricos y pobres.

Me remito a Hobsbawm para argumentar que los cambios ocurridos en el último cuarto del siglo XX significan el fin de siete u ocho milenios de historia humanas que habían comenzado en el paleolítico. Con el desarrollo de la biotecnología vegetal y el diseño de plantas transgénicas terminó la larga era en que la inmensa mayoría de la humanidad se sustentaba practicando la agricultura y la ganadería. Hoy resulta verdaderamente sorprendente enterarnos que la población que habitaba en ciudades a principios del siglo XX era el 10 % del total mundial. La gran esperanza de los científicos es que la población del planeta, en constante aumento desde mediados del XX, para el 2030 quede estable en una cifra cercana a los diez mil millones de seres que es cinco veces la población existente en 1950. Hay sociólogos y urbanistas que pronostican que para el 2050 la gente sólo vivirá en ciudades. Se detienen en argumentar sobre las futuras catástrofes causadas por la superpoblación, el hacinamiento y la deformidad urbana. Serán “ciudades monstruosas totalmente ajenas a un modelo de sociedad que organice una coexistencia armoniosa”

(Lefranc, 2006). A juzgar por la “directiva de retorno” aprobada hace unos años por el Parlamento Europeo, la *civitas*

de los países del norte que, según Mongin se nutre del humanismo renacentista, terminará dibujando sólo un flujo expulsivo para los miles de migrantes afectados por el hambre y la guerra, la desocupación y la miseria. Para una enorme porción de la humanidad, las ciudades europeas terminarán ofreciendo calles de dirección única con sentidos orientados sólo hacia la puerta de salida.

Raymond Williams, a inicios de la década del 70, se quejaba de la hipocresía de las sociedades industriales ricas cuando advertían sobre las consecuencias del dramático proceso de superpoblación en las megalópolis de los países “subdesarrollados” en donde las poblaciones rurales desde mediados del siglo XX vienen desplazándose hacia los centros de una economía monetaria en busca de trabajo y de una oportunidad de progresar. Para confrontar abiertamente con la astucia imperial en materia argumentativa, escribió *El campo y la ciudad*, una originalísima historia de la literatura inglesa que demuestra que tanto la ciudad como el campo son construcciones culturales relacionadas al proceso básico del capitalismo como modo de producción. En la urdimbre de sus imágenes, encontramos un fragmento que bien podría formar parte de las crónicas urbanas de los escritores latinoamericanos: “La última imagen de la ciudad, en el ex mundo colonial y neocolonial, es la capital política o el puerto comercial rodeado de barrios pobres, las *barriadas* que con frecuencia crecen a una increíble velocidad. En Perú, mientras escribo esto, unas pocas hectáreas de desierto se transformaron, de la noche a la mañana, en una ciudad de treinta mil habitantes (...)” (Williams, 2001, p. 354).

El horizonte del siglo XXI es urbano. Desde esta perspectiva, las viejas utopías -particularmente las rurales- que desde la década de veinte hasta los años

ochenta, alimentaron a la porción más importante de la novela y el ensayismo latinoamericano también parecen haber caído junto a la caída del Estado benefactor y el inicio de la era pos-industrial. Posiblemente *Transculturación narrativa en América Latina* de Ángel Rama sea la última lectura de la tradición regionalista y la formulación de un utopismo rural inspirado por la figura mítica del etnógrafo y escritor peruano José María Arguedas. Rama argumentó sobre la transculturación desde un programa estético-político que entiende la modernidad como un proyecto sin fisuras, hegemónico y homogeneizador instrumentado por las elites urbanas. Como lo analizó Mabel Moraña, frente al poder hegemónico asentado en las ciudades metropolitanas y sus subsidiarias latinoamericanas, el crítico uruguayo formuló un programa de descolonización cultural invirtiendo la dicotomía civilización/barbarie que, desde el *Facundo* de Sarmiento, fue la trama a partir de la cual las elites intelectuales locales pensaron las políticas culturales para el continente (Moraña, 1997). En contraposición a la idea de que las ciudades eran las proveedoras de ciudadanía y de educación para salir del atraso, el imaginario regionalista produjo una serie de utopías rurales que veían en el campo el ámbito de la autenticidad y la identidad. Si el iluminismo y el positivismo burgués sostuvieron el mito del progreso y la modernización en camino hacia la emancipación, el ensayismo culturalista lo puso en duda a partir de la creencia en que la fuerza liberadora residía en lo vernáculo.

Resulta curioso que a comienzos de los ochenta Rama retorne al momento inicial del regionalismo latinoamericano, en especial al manifiesto regionalista de Gilberto Freyre. Frente al cosmopolitismo paulista y carioca, Freyre produjo una suerte de recuperación proustiana de la provincia basado en una extensa y detalla-

da descripción de sabores de infancia. Son los recuerdos de provincia que paradójicamente advienen, igual que tantos otros casos, desde el extranjero. Freyre comienza a pensar en su región natal cuando viaja a Nueva York. Como suele ocurrir, la tierra de la infancia es un recuerdo que retorna desde el centro mismo de la modernidad.

La modernidad tendió a dividir a la población entre los que actuaban en el mundo de la escritura y los que actuaban en el mundo de la oralidad. En la mayor parte del tercer mundo rural, la distinción básica era entre “la costa” y el “interior”, entre “la ciudad” y “la selva”. El principio era el verbo y conocimiento equivalía, literalmente, a poder. Algo especialmente visible en países donde el estado era, a los ojos de sus súbditos, una maquinaria que absorbía sus recursos y los repartía entre los empleados públicos. Era un mundo en el que la gente pobre del campo podía beneficiarse de la educación u ofrecérselas a sus hijos porque el deseo de aprender era prácticamente universal. Esas ansias de conocimiento explican en buena medida la enorme migración del campo a la ciudad que despobló el agro en América del Sur a partir de los años cincuenta. En la ciudad todos podían “llegar a ser algo”. El mero hecho de saber conducir un vehículo a motor –dice Hobsbawm- podía ser la clave para una vida mejor. Y en cada uno de los momentos de crisis, desde el corazón mismo de las ciudades, emergió el utopismo rural como espacio imaginario al que se le atribuía rasgos de una sociedad integrada, orgánica, más justa y solidaria. Esa versión idealizada del pasado, las “arcadias” de las que habla Raymond Williams, son la contrapartida de una mirada crítica con respecto al orden tecnológico y a los cambios que impone.

¿Cuándo cayó la imagen del campo como primitivismo autóctono, de lo verná-

culo, de la “peculiaridad cultural” como dice Rama? ¿Cuál es el último avatar de su tecnificación? En ningún lugar chocaron los viejos y nuevos usos tan frontalmente como en la frontera amazónica de Colombia cuando en los años setenta se convirtió en la sede de los laboratorios que transformaban la coca en cocaína. Y en el Cono Sur, cuando se introduce el cereal diseñado científicamente dando inicio a una reconversión rural sin precedentes. Entonces, cabe preguntarse, qué es hoy “el campo” y qué “la ciudad” en América Latina, qué funciones podemos atribuir al mundo rural, por ejemplo, en un país como la Argentina, que había ingresado tempranamente a la modernidad bajo la metáfora de “granero del mundo”. Hacia fines de siglo XX, la modernización tecnológica y la investigación biogenética se instalaron en el campo y desde allí vienen modificando las ciudades. Si un fantasma recorría el mundo en la década del ochenta era el de Frankenstein aunque esta vez, a la inversa del monstruo de Mary Shelley, los científicos jugaron a crear vida a partir de los organismos vivos. La expresión transgénico fue acuñada en 1981 por Gordon y Ruddle para designar a los OMG (Organismos modificados genéticamente) obtenidos mediante la manipulación de genes. La biotecnología implantó el modelo de las “granjas moleculares” que producen grandes beneficios económicos a través de los diseños transgénicos de oleaginosas. De este modo, finalizó un orden milenario de la agricultura, esencial para garantizar la continuidad de la finca agraria y su producción, según el cual el agricultor se proveía a sí mismo de la semilla que requería para el año siguiente. Ahora, en la medida en que depende de unas pocas grandes empresas gigantes para la provisión de la semilla y del paquete tecnológico que la acompaña, los productores fueron perdiendo autonomía y funcionalidad. Actualmente se da la paradoja de una agricultura sin agricultores.

Partiendo de un aquí local y un ahora global (Appadurai, 2001) cabe preguntar por los términos en que operan los procesos de construcción cultural en nuestras realidades locales. Planteamos un programa de estudios culturales desde la ciudad de Rosario que se encuentra sujeta a las alternativas de una revolución agraria que ha alterado notoriamente su paisaje. Hace ya varias décadas que vivimos en lo que Marie-Monique Robin denominó “el mundo según Monsanto”<sup>5</sup>. Es la época de la super-producción de granos y de la expulsión de las poblaciones campesinas hacia las periferias de las ciudades en busca de trabajo. El desarrollo biotecnológico al servicio del capital financiero canaliza el flujo de miles de migrantes regionales (de las provincias más pobres del norte argentino y de los campesinos de los países limítrofes, en especial, paraguayos y bolivianos) hacia las ciudades pos-industriales donde algunos logran ingresar al mundo laboral de los servicios de limpieza y mantenimiento más básicos mientras otros viabilizan su inserción social en alguna ONG o cooperativa dedicada a reciclar los residuos. Silviano Santiago [2004] ha denominado “cosmopolitismo del pobre” a esta nueva forma de desplazamiento de desheredados y campesinos de todas partes que saltan por encima de la revolución industrial y caen directamente a la posmodernidad de las metrópolis y también aquellos que, aunque no cruzan o no pueden cruzar fronteras, participan en la cultura global ingresando a través de la cultura de masas y sus extensiones electrónicas.

Existen diferentes situaciones de tensión entre lo local y lo transnacional y profundas transformaciones producidas por las migraciones y la tecnología electrónica. Los procesos sociales locales se encuentran cada vez más impactados por las corrientes de flujo, transmigración, transplantación y tránsito poblacio-

nal, económico y cultural que el antropólogo cubano Fernando Ortiz en 1940 ya había analizado en términos de “transculturaación”. Este proceso de reconfiguración de territorios y poblaciones necesariamente demanda de una revisión crítica del otro campo, el de los estudios de cultura y de los alcances de la palabra cultura en el marco de la universidad que, en sus formas organizacionales y departamentales, parece más conectada con los paradigmas del siglo XIX que con los del XXI. Desplegando distintas posiciones críticas, será útil revisar las nociones que aún vertebran gran parte de los estudios provenientes de las humanidades basadas en conceptualizaciones universalistas de los sujetos.

Nuestro programa de estudios culturales hace eje en la promoción de ciudadanías culturales como estrategias de inclusión en tanto propuesta política decisiva no sólo para Argentina, sino para toda América Latina. Estas modernidades desbordadas, como la de los demás países periféricos, están dramáticamente atravesada por la desigualdad. Lo acuciante de nuestras sociedades se traduce en millones de personas que están fuera del sistema a causa del diseño de políticas de exclusión internas y externas. De ahí que el lugar desde donde se habla o desde donde se teoriza se vuelva particularmente relevante. No sólo el lugar desde donde se habla y teoriza, sino también como dice Hugo Achugar (2001), el lugar desde donde se lee.

Nuestra propuesta pugna por la emergencia de un campo de fuerzas en donde cohabiten y negocien disciplinas que en la estructura académica persisten dentro de férreas fronteras organizacionales: los estudios literarios, las ciencias de la comunicación, la antropología, las artes, la sociología que actualmente sólo contactan en los discursos críticos

que subvierten el orden institucional que los disciplina en compartimentos estancos. En la Maestría en Estudios Culturales de Rosario formulamos un recorrido que atiende a los ejes relacionales de lo local-global evitando que lo local funcione como un ejemplo o como una mera resistencia a las políticas globales sino más bien como la emergencia de espacios de innovación y creación que dinamicen identificaciones parciales y puentes afectivos en un tejido social dañado. En sentido contrario de algunas narrativas recientes que describen a las periferias urbanas de América Latina sólo como espacios de la violencia (droga, trata sexual, miseria, marginación y muerte), ponemos atención en las alternativas culturales que enfrentan a las políticas de criminalización del otro y prestamos oído a una serie de voces disonantes que bregan por articular espacios de esperanza como dice David Harvey (2003). Nos interesa conectar con los artistas y productores culturales que enunciando y produciendo en los límites (de la ciudad, de la lengua, del sistema) luchan por la inclusión en un momento histórico en donde han caído las viejas herramientas de disciplinamiento estatal centradas en la educación formal, la participación política y el trabajo asalariado. En este sentido, habrá que elaborar una agenda propia de temáticas para el intercambio y el establecimiento de una conversación sobre la cultura en América Latina. Pienso en una serie mínima y posible: a) las tensiones entre el campo y la ciudad desde sus lugares de intercepción, especialmente los múltiples espacios de fronteras que las ciudades dibujan actualmente; b) las acciones concretas de políticas académicas en relación a los espacios institucionales como museos y centros culturales y grupos alternativos que en medio de las crisis económicas y sociales promocionan y

posibilitan gran parte de la producción artística contemporánea; c) los flujos ciudadanos y las ciber-ciudades que articulan un nuevo urbanismo apuntando a reconstruir espacios públicos, al aire libre y en la web, en las calles y plazas como territorios densamente marcados por sus habitantes.

Cuando ha caído la idea del poder redentor del arte como la del esteticismo resistente a cualquier demanda proveniente de la presión social, tal vez un buen programa de trabajo consista en abrir la discusión sobre la existencia o no de un poder crítico que alcance a conectar con aquello que vibra más allá de las islas académicas.

### Bibliografía

ACHUGAR, Hugo “Aquí y ahora, los desafíos de la globalización”, prólogo a APPADURAI, Arjun. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo / Buenos Aires: Trilce/Fondo de Cultura Económica, 2001, pp. 11-15.

APPADURAI, Arjun. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo / Buenos Aires: Trilce/Fondo de Cultura Económica, 2001.

BUCK-MORSE, Susan. “Estética y anestésica: una reconsideración del ensayo sobre la obra de arte” IN: *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Buenos Aires, Interzona, 2005, pp. 169 – 221.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Ante el tiempo*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora, 2005.

GROSSBERG, Lawrence. *Cultural Study in the Future Tense*. Durham and London, Duke University Press, 2010.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. “El espacio que reaparece. Cinco breves reflexiones sobre los conceptos de “Posmodernidad” y “Globalización” IN: HERLINGHAUS, Hermann – MORAÑA, Mabel (eds.) *Fronteras de la modernidad en América*

*Latina*, Pittsburgh, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, 2003.

HARVEY, David. *Espacios de esperanza*. Madrid, Akal, 2003.

HOBSBAWM, Eric. *La historia del siglo XX. 1914-1991*. Barcelona, Editorial Crítica, 2001.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. “A questão do mútuo impacto entre la a historiografía literaria e os estudos culturais”. Disponível IN: <<http://www.heloisabuarquedeholland.com.br/?p=561>>, acceso en 17 oct. 2011.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. Entrevista IN: *Produção Cultural no Brasil* Volumen III, Río de Janeiro, Beco do Azogue, 2010, pp. 23 – 31.

LEFRANC, Sandrine introducción al artículo “Villes-mondes, villes monstres?” IN: *Raisons politiques*, nº 15, agosto de 2004, Presses de sciences po, cit. IN: MONGIN, Olivier. *La condición urbana. La ciudad a la hora de la mundialización*. Buenos Aires, Paidós, 2006.

MARX, Carlos – ENGELS, Federico. *La ideología alemana*. Montevideo, Ediciones Pueblos Unidos, 1968.

MONGIN, Olivier. *La condición urbana. La ciudad a la hora de la mundialización*, Buenos Aires, Paidós, 2006.

MORAÑA, Mabel “La ideología de la transculturación” IN: MORAÑA, Mabel (ed.) *Ángel Rama y los estudios culturales*. Pittsburg, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, 1997, pp. 137-145.

ORTIZ, Fernando. *Contrapunteo cubano del tabaco y del azúcar*. La Habana, Letras Cubanas, 1983.

ROTKER, Susana (comp.) *Ciudadanías del miedo*. Caracas, Nueva Sociedad, 2000.

SANTIAGO, Silviano *O cosmopolitismo do pobre. Crítica literária e crítica cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

SARLO, Beatriz. “Prólogo” a Williams Raymond. *El campo y la ciudad*. Buenos Aires, Paidós, 2001.

SARLO, Beatriz (1997) “Los estudios culturales y la crítica literaria en la encrucijada valorativa”, *Revista de crítica cultural* 15: pp. 32-38.

WILLIAMS, Raymond. *El campo y la ciudad*. Buenos Aires, Paidós, 2001.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo y literatura*. Barcelona, Ediciones Península, 1980.

WILLIAMS, Raymond. *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2003.

YÚDICE, George. *El recurso de la cultura. Los usos de la cultura en la era global*. Barcelona, Gedisa, 2002.

---

<sup>1</sup> Dr<sup>a</sup>. en Letras. Universidad Nacional de Rosario.

<sup>2</sup> Lee en la *Ideología alemana*: “[E]l “espíritu” nace ya tarado con la maldición de estar “preñado” de materia, que aquí se manifiesta bajo la forma de capas de aire en movimiento, de sonidos, en una palabra, bajo la forma del lenguaje. El lenguaje es tan viejo como la conciencia: el lenguaje es conciencia práctica [...]” [Marx – Engels, 1968, 31].

<sup>3</sup> Proyecto gestionado junto con la Dra. Sandra Vandettaro a partir del año 2010.

<sup>4</sup> Los más destacados: Altamirano, Carlos (Director). *Términos críticos de sociología de la cultura*, Bs. As., Paidós, 2002; Coelho, Texeira. *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*. Barcelona, Gedisa, 2009; Mckee Irwin, Robert / Szurmuk, Mónica. *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. México, Siglo XXI Editores, 2009.

<sup>5</sup> “El mundo según Monsanto” es el título de la película documental y del libro que dan cuenta de la investigación realizada por la francesa Marie-Monique Robin sobre la empresa Monsanto de Saint-Louis (Misuri, EEUU) que en más de un siglo de existencia fue fabricante del PCB (piraleno), del agente naranja usado como herbicida en la guerra de Vietnam. La empresa también ha desarrollado la soja transgénica para incrementar el volumen de herbicidas que la misma empresa produce y comercializa, como el potente “Roundup” que contamina cultivos de plantas comestibles por proximidad. Argentina es el tercer productor de cultivos transgénicos en el mundo con 22,9 millones de hectáreas. El primero es EE. UU. (66,8 millones) y el segundo Brasil. Debido a que la mayor parte del cultivo se localiza en los alrededores del puerto de Rosario, es la Bolsa de Comercio de esta ciudad el principal ámbito de comercialización de soja, seguido en importancia por la Bolsa de cereales de Buenos Aires.

Contato:

Mónica Bernabé  
mbernabe@express.com.ar

## Formação em organização da cultura: a situação latino-americana

## Formación en la organización de la cultura: la situación de América Latina

## Training in the organization of culture: the latin american situation

Antonio Albino Canelas Rubim<sup>1</sup>

Alexandre Barbalho<sup>2</sup>

Leonardo Costa<sup>3</sup>

### Palavras chave:

Organização da Cultura

América Latina

Formação

Mapeamento

### Resumo:

O presente artigo aborda como se configura o campo da organização da cultura na América Latina, destacando, em especial, o lugar da formação nesse setor. Após analisar a literatura que discute esse tema no contexto latino-americano e as especificidades brasileiras, apresentaremos os principais dados referentes ao mapeamento que abrange de forma sistemática as mais diversas instituições que trabalham na formação e qualificação em organização da cultura nos mais diferenciados níveis de aprimoramento (atividades presenciais e on-line de extensão, graduação, especialização, mestrado, doutorado etc.) existentes na atualidade brasileira.

**Resumen:**

Este artículo discute la configuración del campo de la organización de la cultura en América Latina, destacando en particular el lugar de formación en este sector. Después de revisar la literatura sobre este tema en América Latina y las especificidades brasileñas, presentamos los principales datos sobre la cartografía que cubre, de manera sistemática, las más diversas instituciones que trabajan en la formación y la cualificación en la organización de la cultura en los niveles más diversos diferenciados de actividades educativas (actividades de clase y en línea, pregrado, especialización, maestría, doctorado, etc.) existentes en Brasil.

**Palabras clave:**

Organización de la Cultura  
América Latina  
Formación  
Cartografía

**Key words:**

Organization of Culture  
Latin America  
Training  
Mapping

**Abstract:**

This article covers the configuration of the field of the organization of culture in Latin America, highlighting in particular the place of training in this sector. After reviewing the literature on this theme in Latin American and the Brazilian specificities, we present the main data from the mapping which covers, in a systematic way, the various institutions working in training and qualification in the organization of culture in the most differentiated levels of educational activities (classroom learning and distance learning extracurricular courses, undergraduate, specialization, masters, doctorate, etc..) currently existing in Brazil.

## Formação em organização da cultura: a situação latino-americana

A organização é imanente ao sistema cultural, em todas as suas manifestações e expressões, em um patamar macro e/ou micro-social. Portanto, não existe cultura sem seu momento organizativo. Daí a necessidade óbvia de ações de formação e de capacitação direcionadas aos agentes envolvidos na formulação, na gestão e na produção cultural – áreas que compõem a organização da cultura<sup>4</sup>. Contudo, quando se observa especificamente a realidade brasileira, constata-se o caráter esporádico e não sistemático de tais ações, o que não ocorre necessariamente em outros países latino-americanos. No Brasil, o que se revela é a carência de uma política de formação para o setor, em qualquer esfera administrativa (federal, estadual ou municipal)<sup>5</sup>.

Tal contexto evidencia-se na nomeação dos agentes que atuam no setor. Predomina entre nós o termo “produção cultural” que não pode ser extensivo ou suficiente a todos os ramos da cultura ou mesmo de seu momento organizativo. Como o ato de nomear não é isento de valores, observamos que por detrás da recorrência a este termo pelos próprios agentes encontram-se a citada ausência de tradição na formação de gestores, a submissão da cultura à lógica de mercado e a frágil política cultural na esfera federal, pelo menos até os governos de Fernando Henrique Cardoso (BARBALHO, 2007; RUBIM, 2007). Esse conjunto de fatores elucida igualmente a importância que o marketing cultural obteve no país, comparado com outros países latino-americanos.

No entanto, avaliamos que das recentes transformações vivenciadas

pelos políticas culturais no Brasil, com a presença mais ativa do Estado no governo Lula e nas gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira à frente do Ministério de Cultura, surgem possibilidades de mudanças no setor organizativo da cultura. Isto porque estas transformações vêm exigindo uma política nacional e sistemática de formação, em especial, de formuladores de políticas e gestores culturais.

O presente artigo aborda como se configura o campo da organização cultural na América Latina, destacando, em especial, o lugar da formação nesse setor. Após analisar a literatura que discute esse tema no contexto latino-americano em geral e as especificidades brasileiras, apresentamos alguns resultados de pesquisa realizada sobre este setor formativo no Brasil.

A pesquisa contou com o financiamento do Ministério da Cultura e faz parte de um esforço mais amplo da Secretaria de Articulação Institucional em torno da efetivação do Plano e do Sistema Nacional de Cultura, uma vez que, em ambos, aparece o papel fundamental da formação no setor organizativo da cultura (MINC, 2009,24).

### 1. ANIMADORES, ADMINISTRADORES OU GESTORES? (IN) DEFINIÇÕES NA ORGANIZAÇÃO DA CULTURA LATINO-AMERICANA<sup>6</sup>

Segundo documento da Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), intitulado *Formación en Administración y Gestión Cultural*<sup>7</sup>, a noção de gestão cultural ingressa no discurso cultural da Ibero-América na segunda metade da década de 1980, tanto nas instituições governamentais quanto nos grupos culturais comunitários. Pretendia inicialmente ser uma proposta distinta da atividade cultural realizada pelos denominados “animadores e promotores

culturais”, “administradores e gerentes culturais” ou “trabalhadores culturais” (MOREIRA, 2003, p.23; OEI, 1998, p.19).

Cada uma dessas definições indica um histórico. A noção de trabalhadores culturais (*trabajadores culturales*), por exemplo, é difundida na América Latina, baseando-se em uma releitura da obra do pensador italiano Antonio Gramsci, rompendo a distinção entre trabalho material e intelectual (MOREIRA, 2003). Além dessas denominações, outras fizeram parte do imaginário latino-americano, tais como: agentes culturais, atores culturais, tecedores culturais etc.

Com a entrada nos anos oitenta da denominação gestão cultural (*gestión cultural*), podemos pensar três caminhos para se refletir sobre essa noção na América Latina: 1. A gestão cultural inclui e assimila as noções anteriores (como animadores e promotores), sem existir contradições ou modificações relevantes entre os termos; 2. A necessidade de preservar as denominações anteriores, rechaçando a expressão gestão cultural como uma intromissão excessiva do econômico e do mercantil no campo cultural; 3. A perspectiva de autores, como Canclini e Martín-Barbero, que consideram que existem transformações importantes na dimensão cultural e que é preciso buscar uma expressão próxima a atual práxis cultural (MOREIRA, 2003).

Segundo a OEI, a expressão gestão cultural está ligada, pelo menos, a quatro grandes transformações contemporâneas da dimensão cultural: 1. A extensão da noção da cultura por motivos filosóficos, sociais, políticos e jurídicos; 2. A crise das noções de política e desenvolvimento a partir da década de 1970; 3. A necessidade de políticas culturais que gestionem âmbitos além da cultura artística, a cultura tradicional e o patrimônio; 4. A aceitação e importância de repensar rigorosamente as inter-relações entre economia e cultura<sup>8</sup>.

Luis Enrique Chabaneau descreve a emergência do campo profissional da gestão cultural nos setores públicos e privados uruguaios a partir do ano de 1996. Segundo Chabaneau, “la gestión de la cultura es la respuesta contemporánea al espacio cada vez más amplio y complejo que la cultura ocupa en la sociedad actual” (CHABANEAU, 1997, p. 24).

Reconhecendo o novo cenário da organização das atividades culturais e a necessidade de uma função gerencial na cultura, Chabaneau (1997) assinala ainda a importância de se definir a gestão cultural, o seu campo profissional e os diversos agentes, os perfis profissionais com as funções exercidas, a metodologia de trabalho inerente a profissão, as técnicas necessárias e, conseqüentemente, as exigências formativas que acompanham o pleno desenvolvimento profissional.

Para José Luis Mariscal Orozco (2006) podemos resumir a ação na área da gestão cultural através de três aspectos: área social, área administrativa e área artística. Cada aspecto indica visões e noções diferenciadas sobre o objeto “cultura” a ser trabalhado e sobre os aspectos práticos envolvidos nesse trabalho.

Na área social, o profissional teria o papel de ser um agente de mudança social, realizando uma série de atividades destinadas ao acompanhamento de processos de desenvolvimento social, tais como projetos de investigação, de capacitação e de desenvolvimento comunitário, numa concepção mais alargada do que seria cultura. A formação destes profissionais vincular-se-ia, especialmente, à sociologia, antropologia, história, comunicação, direito, psicologia, filosofia e pedagogia.

Na área administrativa, o profissional trabalharia ao lado da oferta e da demanda de serviços, buscando o desenvolvimento

de projetos eficientes e eficazes, tal como um administrador cultural no desenvolvimento das infra-estruturas culturais, na análise de audiência e economia da cultura, e na gestão de recursos e projetos de difusão cultural: “En esta área entran todos aquellos que tienen una formación económica-administrativa, como los administradores, contadores, economistas, o los profesionales en recursos humanos, turismo y comercio” (OROZCO, 2006, p. 60).

Já na área artística, o profissional trabalharia como um mediador das manifestações artísticas, entre a arte e a sociedade, desenvolvendo ações de difusão e educação artística e teria formação em alguma disciplina artística (pintura, escultura, dança etc).

Essa tipologia elaborada por Orozco (2006) serve para elucidar um pouco a questão, mas essas fronteiras profissionais são mais tênues do que o exposto acima. Para Rubens Bayardo, por exemplo, a gestão cultural é entendida como mediação entre atores e disciplinas que torna possível a distribuição, a comercialização e o consumo de bens e serviços culturais; e articula criadores, produtores, promotores, instituições e públicos para formar o circuito no qual as obras se materializam e adquirem seu sentido social:

Estamos pensando em demandas inovadoras e crescentes relacionadas com a cultura, que atualmente forma um espaço expandido onde as artes e o patrimônio, que tempos atrás eram identificados como a totalidade, são hoje apenas uma parte, e muito menor, de seu universo (BAYARDO, 2008, p. 57).

Vale destacar o caso do México como experiência ibero-americana de política pública de formação na organização da cultura (MEDRANO, 2009). Os anos oitenta são um ponto de mudança na formação sistemática dos trabalhadores de serviços

culturais no país, quando se iniciou, em 1983, um projeto de capacitação intitulado *Programa de formación y capacitación de promotores culturales*, “dirigido a los responsables de la planeación y operación de actividades culturales de instituciones educativas, de asistencia social u otros organismos públicos y privados que prestaban este tipo de servicios” (OROZCO, 2006, p. 62).

No ano de 2001, foi criada a *Dirección de Capacitación Cultural* ligado ao *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes* (CONACULTA) e, posteriormente, foi lançado o *Sistema Nacional de Capacitación Cultural*, com o objetivo de:

Capacitar, actualizar y profesionalizar a los promotores y gestores culturales, para elevar el nivel y la calidad de los servicios culturales que prestan las instituciones públicas y privadas, comunidades y grupos independientes. Estimular procesos educativos y organizativos para el aprendizaje de marcos conceptuales, herramientas metodológicas y operativas, y dominio de la planeación y la gestión de proyectos culturales<sup>9</sup>

Para a formação de gestores culturais, foram projetados e oferecidos pela *Dirección de Capacitación Cultural* certificados em promoção, gestão, desenvolvimento cultural e tópicos relacionados de Nível I (200 horas) e Nível II (300 horas), bem como cursos, *workshops*, seminários e conferências. Foram envolvidos em todos os processos da formação o pessoal das instituições culturais dos estados e municípios, professores e diretores de centros culturais, bem como de universidades e agências independentes. O processo é dividido em quatro subsistemas: capacitação cultural, formação cultural contínua, capacitação a distância, e formação profissional<sup>10</sup>. Todas as atividades de formação e atualização são certificadas oficialmente pelo Ministério da Educação

do México. Esse sistema de formação já ofereceu mais de 510 cursos de capacitação com a participação de mais de 16.000 alunos no país (OROZCO, 2006)<sup>11</sup>.

## 2. O CASO BRASILEIRO: PRODUÇÃO E GESTÃO CULTURAIS

Em 2004 a telenovela *Celebridade*<sup>12</sup>, veiculada pela Rede Globo, trouxe como mote principal o embate de duas produtoras culturais – Maria Clara Diniz e Laura Prudente da Costa –, que foram interpretadas respectivamente pelas atrizes Malu Mader e Cláudia Abreu. A trama da novela das oito, principal horário da emissora, de alguma forma colocou em pauta a legitimação e o reconhecimento social de uma profissão até então pouco abordada e em crescente formação (RUBIM, 2005). A produção cultural, mesmo engendrada nos processos internos da própria emissora, até então era pouco conhecida e diferenciada enquanto área de atuação na sociedade (COSTA, 2007).

Alguns livros no Brasil, desde a década de 1970, buscaram demonstrar as experiências vividas na prática com a administração das artes, com dados compilados, por exemplo, da administração teatral (BRITO, 1973; LYRA, 1989). Além de trazer questões como o planejamento na área, perfis profissionais e modelos de contratos, há ainda, conforme estabelecido na época, modelos de documentos que deveriam ser enviados para o registro na censura (BRITO, 1973). São livros que trabalham com a nomenclatura mais próxima do *arts management*, tendo em vista que o termo produtor cultural no Brasil tem um papel mais central a partir do financiamento através das leis de incentivo.

Já no livro *Ação Cultural: idéias e conceitos*, organizado a partir da experiência da realização do Curso Regional de Espe-

cialização em Políticas Culturais, executado em 1997 pela Fundação Joaquim Nabuco, em Recife, a figura do produtor cultural é colocada por diversas vezes como o “artista e intelectual” (BARBOSA et al., 2002).

Para Francisco Paulo de Melo Neto (2000), as áreas de promoção e produção cultural são bem distintas: a produção é inerente ao mundo simbólico, à criatividade e sensibilidade artísticas (o produtor seria o criador<sup>13</sup>); enquanto o promotor cultural estaria vinculado ao mercado, a questão da oferta e da procura, da organização e difusão do produto cultural. Posição que marca uma diferença em relação ao que é comumente utilizado no campo, que entende o produtor preferencialmente como aquele profissional que atua no *backstage*, e não no proscênio.

Segundo Rubim, “uma das características dessa emergência recente e, por conseguinte, da ausência de tradição na conformação específica desse momento é a falta de sedimentação inclusive na sua nomeação” (RUBIM, 2008, p. 52). No Brasil temos um caso semelhante ao apresentado anteriormente na experiência latino-americana (profusão / confusão de nomes na área da organização da cultura), e, muitas vezes, termos que poderiam exprimir situações diferentes no campo de trabalho são utilizados como sinônimos (TATSCH, 2001).

Essa falta de diferenciação é um dos pontos que afeta a profissionalização, já que é necessário primeiramente reconhecer o que de novo traz a complexificação do setor cultural. Precisamos ir além das (in)definições que apresentam os termos “gestão” e “produção” como sinônimos de uma mesma atividade no campo da organização. Como situa Rodrigues,

Gestão cultural é um termo relativamente recente no cenário cultural

brasileiro. Pressupõe procedimentos administrativos e operacionais, mas não se resume a eles. Pressupõe também a gerência de processos no campo da cultura e da arte, mas vai além dele. Para melhor conceituarmos o campo da gestão cultural, podemos articulá-lo a ideia de mediação de processos de produções material e imaterial de bens culturais e de mediação de agentes sociais os mais diversos (RODRIGUES, 2009, p. 77).

O sexto número da *Revista Observatório do Itaú Cultural* (REVISTA OIC), de 2008, apresenta um especial sobre os profissionais da cultura e a formação para o setor. A primeira matéria, cujo título é *Os fazeres e os saberes dos gestores de cultura no Brasil*, busca traçar um perfil do gestor cultural: “um dos profissionais-chave do setor (...). Cabe a ele, entre muitas outras atribuições, promover a produção de bens culturais e facilitar a sua circulação, cuidando para que o acesso público a esses bens seja garantido” (REVISTA OIC, 2008, p. 06).

Através de entrevistas com pesquisadores e responsáveis por organizações culturais no Brasil, foi constatado que a formação desse profissional é uma necessidade que urge para o setor. Segundo Rubim, em texto publicado nessa edição da OIC:

Não existe cultura sem seu momento organizativo. Mesmo determinadas manifestações culturais ditas espontâneas não podem se realizar sem organização. Mas esse caráter inerente e ‘natural’ talvez tenha obscurecido a imediata atenção com esse movimento, que só recentemente emergiu como espaço de práticas e formulações (RUBIM, 2008, p. 52).

Na revista são citadas algumas posições sobre as diferentes terminolo-

gias utilizadas no setor, como a de Albino Rubim, que “vê o gestor não como aquele que formula ou implementa diretrizes culturais, mas como o profissional que está à frente de projetos permanentes de cultura” (REVISTA OIC, 2008, p. 10). Já “o produtor cultural (...) organizaria projetos específicos e descontinuados no tempo, dentro ou fora da esfera governamental” (REVISTA OIC, 2008, p.10).

Já Maria Helena Cunha vê o produtor cultural<sup>14</sup> como “alguém que caminha de mãos dadas com o gestor, sob a sua coordenação” (REVISTA OIC, 2008, p. 13). Essa visão tenta tratar a questão a partir de uma relação lado a lado (ao caminhar de mãos dadas), onde um coordena o outro. A produção pode estar, em alguns momentos, sob a coordenação da gestão, mas isso não marca necessariamente uma diferença fundamental das atuações. Maria Helena Cunha cita o exemplo que “até as empresas particulares deixaram de pensar somente em projetos pontuais. Se elas se envolvem em um festival, por exemplo, vão querer promover edições continuadas” (REVISTA OIC, 2008, p. 14).

Sobre o caso brasileiro, onde o termo produção cultural tem uma maior tradição em relação ao termo gestão cultural, é abordado que, a partir de uma visão neoliberal, “o produtor, no contexto único das leis de incentivo, substituiu a idéia do gestor porque a cultura teria passado a ser vista como produto de mercado, obedecendo a suas flutuações” (REVISTA OIC, 2008, p. 11).

Para Lia Calabre, “pensar e planejar o campo da produção, circulação e consumo da cultura dentro de uma racionalidade administrativa é uma prática que pertence aos tempos contemporâneos” (CALABRE, 2008, p. 66). Uma das dificuldades que temos para definir as profissões e as atividades culturais e propor programas de formação e capacitação que respeitem as

especificidades dessas atividades é a atuação num “campo novo, com fronteiras fluidas” (CALABRE, 2008, p. 66).

Podemos perceber, inclusive em mercados regionais, diferenças de fronteiras entre a atuação do profissional nas diversas áreas, com diferentes graus de profissionalização nos casos das artes cênicas, música, artes plásticas etc. Em Salvador, por exemplo, é visível a distinção no ramo da música entre a organização dos chamados independentes (como o *rock* “alternativo”) e do axé “comercial”. No primeiro caso vemos ainda uma profusão de artistas-produtores, sendo que no segundo a distinção de profissões já está em outro patamar. Seguindo o exemplo do axé “comercial”, temos um outro grande exemplo soteropolitano de organização na área cultural que é o carnaval, onde é necessária uma grande articulação de instituições, recursos financeiros, materiais técnicos e humanos – o que não seria possível ser realizado, nos dias de hoje, de forma amadora.

Portanto, podemos identificar atualmente algumas formas de entrada no campo profissional da organização da cultura: há os sujeitos que aprenderam e refletiram sobre esse ofício no exercício cotidiano do trabalho; aqueles que já se encontravam em um mercado de trabalho mais estruturado e complexo, o que os levou a buscar uma formação mais sistemática e específica; e sujeitos que optaram por fazer cursos acadêmicos mesmo sem experiências práticas anteriores, buscando uma formação específica para a área.

A formação autodidata sempre predominou no setor específico dos agentes da organização da cultura. Muitos destes “profissionais” desempenhavam suas funções de forma amadora, o que implicava em projetos mal formulados e mal executados, resultando numa baixa

credibilidade do mercado da cultura (FISCHER, 2002). Segundo Rômulo Avelar, “várias foram as gerações de empreendedores culturais que se formaram intuitivamente, aprendendo com erros e acertos” (AVELAR, 2008, p. 21).

Se ainda hoje, o valor da formação autodidata na área cultural é reconhecido como um importante instrumento de busca de conhecimentos, práticas e pesquisas (CUNHA, 2003), tal formação não se mostra capaz de suprir as necessidades, de modo sistemático, de um mercado especializado que busca profissionais capacitados e qualificados:

A necessidade de compreender, planejar e atuar com a promoção cultural na perspectiva da consolidação da cidadania e da centralidade humana impinge aos empresários e aos trabalhadores a necessidade de permanentemente refletirem sobre a prática. Esse processo deve ser apoiado por um corpo de conhecimento. Evidenciar o conhecimento, organizá-lo e disseminá-lo são ações necessárias de qualificação (SESI, 2007, p. 41).

A capacidade de reflexão sobre a sua área é um fator a ser pensado nesse processo formativo. Numa crescente profissionalização em vistas de um desenvolvimento cultural, o campo não quer apenas pessoas que saibam realizar somente o seu ofício de forma administrativa. São solicitados agentes que possam contribuir para o crescimento cultural, como ressalta Maria Helena Cunha: “constatamos, portanto, a necessidade de ampliação e aprofundamento de um processo reflexivo e conceitual sobre a cultura, mais especificamente pelo viés da formação de seus agentes” (CUNHA, 2003, p. 104).

O aprofundamento de um processo reflexivo e conceitual sobre a cultura, mais

especificamente pelo viés da formação de seus agentes, pode ser notado como uma preocupação constante dos atores que integram a área. É preciso se preparar para as especificidades do gerenciamento de atividades culturais<sup>15</sup>, principalmente no que se refere à “capacidade organizacional e à ampliação de conhecimentos antes restritos a outras áreas, como as questões econômicas, jurídicas e administrativas” (CUNHA, 2003, p. 104).

O profissional responsável pela organização da cultura necessita de conhecimentos específicos e singulares da cultura contemporânea, mas entrelaçados com informações das demais áreas que deverão manter um diálogo próximo entre o universo artístico cultural, o poder público, meio empresarial e a sociedade civil, como forma de proporcionar experiência ou contato com o trabalho prático inerente à própria atividade do setor:

De forma esquemática, podem-se destacar os seguintes itens como objetivos de uma linha de estudo [do setor cultural]: conhecer os locais de atuação profissional, para identificar as singularidades e seus potenciais, tendo condições de planejar e determinar prioridades; conhecer as diferentes áreas culturais e artísticas, onde suas ações serão desenvolvidas diretamente e estar atento as novas tendências; acompanhar de forma ativa as políticas culturais vigentes em todos os níveis governamentais: municipal, estadual e federal; conhecer temas específicos de economia da cultura e dos princípios jurídicos, dominando técnicas de planejamento e gerenciamento da área cultural e métodos de avaliação; e dominar conhecimentos das áreas de comunicação e marketing (CUNHA, 2003, p. 106).

Maria Helena Cunha lista acima, basicamente, que tipo de conhecimento

um agente da organização da cultura deve obter para atuar na sua área. Como a área é relativamente nova, pelo menos na sua profissionalização, muitos tiveram que buscar esses conhecimentos e absorvê-los durante a sua jornada de trabalho, durante a vida diária na profissão. Não havia cursos que formassem tal agente, então a sua formação deveria ser buscada de outras formas: há pessoas provenientes da área de administração, das áreas humanas e artísticas (dançarinos, diretores de teatro, músicos), até pessoas sem nenhuma formação acadêmica. Havia a necessidade do próprio mercado nessa nova função, o que trouxe diversos tipos de profissionais para trabalhar na área.

Com o decorrer da trajetória do campo, com o seu crescimento e sua necessidade de profissionalização, algumas universidades começam a perceber a importância da criação de cursos para formação nessa área. Como veremos em seguida, existe hoje no país uma gama dispersa de pequenos e esporádicos cursos técnicos, alguns poucos cursos de graduação e experiências em pós-graduação, quase sempre em nível de especialização.

Em vias de se obter perspectivas reais de profissionalização é importante pensar numa formação pautada pela multidisciplinaridade inerente ao campo da organização da cultura. O domínio destas diversas áreas de estudo poderá fazer com que o profissional de cultura esteja capacitado a planejar e gerenciar as suas atividades, identificando as singularidades e potencialidades do seu campo de atuação, problematizando e discutindo continuamente sobre os aspectos inerentes à política cultural e privada e aprimorando o seu conhecimento referente às diversas formas de manifestações artísticas.

Teixeira Coelho não se coloca entre os que exigem diploma para tudo – “tanto

mais quanto o diploma quer sancionar uma competência cada vez mais etérea”, mas também acredita que “são muitos os que precisam de orientação (...), é preciso pensar em sua formação na medida em que cresce cada vez mais a requisição desses agentes culturais” (COELHO, 1986, p. 114-115). E, mesmo sem utilizar essa noção, o autor delinea uma formação multidisciplinar para o setor: psicologia, pedagogia, antropologia, artes e administração – com ressalvas a essa última disciplina.

Voltando a uma definição do que seria um produtor cultural, o projeto *Produção Cultural no Brasil*<sup>16</sup> disponibiliza uma série de opiniões sobre esse profissional: produtor de recurso, de talento, um autodidata, um gestor, um artista, um agitador... Dentre elas podemos destacar a de Leandro Knopfholz, administrador de empresas e diretor do Festival de Teatro de Curitiba, que apresenta algo próximo a um sinônimo do mediador cultural:

O produtor cultural é um agente, é um eixo, talvez, de juntar possibilidades de que como eu me entendo. Eu vejo que eu faço parte de uma cadeia, que é uma cadeia da economia criativa, da indústria criativa. Do que depende esta cadeia? Da criatividade. Normalmente o criativo é o cara mais emocional, então faz parte do trabalho do produtor cultural reconhecer essa criatividade, trabalhar a criatividade, embalar a criatividade e apresentar essa criatividade para o público. Quem é esse público? É o patrocinador, é o agente público, é o público em geral, é a imprensa, é todo mundo. Então eu acho que o produtor cultural, a profissão produtor cultural, é essa profissão que fica no meio, entre a criatividade e o consumo, e trabalha a cadeia.<sup>17</sup>

Temos alguns livros no Brasil que trazem informações sobre as atividades e

a figura do produtor e/ou do gestor cultural, mas é o gestor cultural Rômulo Avelar, em seu livro *O Averso da Cena: notas sobre produção e gestão cultural*, um dos autores que melhor exemplifica a relação de diferenças e semelhanças de atuação entre os profissionais da produção e os que estariam ligados a gestão. Segundo Avelar, produtor cultural é o profissional que “(...) cria e administra diretamente eventos e projetos culturais, intermediando as relações dos artistas e demais profissionais da área com o Poder Público, as empresas patrocinadoras, os espaços culturais e o público consumidor de cultura” (AVELAR, 2008, p. 52), enquanto o gestor cultural é o profissional que:

administra grupos e instituições culturais, intermediando as relações dos artistas e dos demais profissionais da área com o Poder Público, as empresas patrocinadoras, os espaços culturais e o público consumidor de cultura; ou que desenvolve e administra atividades voltadas para a cultura em empresas privadas, órgãos públicos, ONGs e espaços culturais (AVELAR, 2008, p. 52).

São definições que nos auxiliam a resumir as outras noções abordadas até então no caso brasileiro. Segundo Avelar, produtor age enquanto posição central do processo cultural, atuando como o grande mediador entre os profissionais da cultura e os demais segmentos e “nessa perspectiva precisa atuar como ‘tradutor’ das diferentes linguagens, contribuindo para que o sistema funcione harmoniosamente” (AVELAR, 2008, p. 50). Ao gestor também caberia o papel de interface entre diferentes profissionais, no entanto, de acordo com os diagramas apresentados, o gestor pode ainda estar presente no interior de outras instituições, contexto no qual ele é o responsável por alguma área privada de patrocínio a cultura ou por algum espaço cultural. Ainda de acordo com Avelar

(2008), produção e gestão culturais são atividades essencialmente administrativas, verbo presente em ambas as definições que foram abordadas pelo autor.

Para uma comparação com os termos de referência oficial no Brasil, apresentamos a seguir os dados da *Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)*<sup>18</sup>. Nesse documento, “Produtores artísticos e culturais” constituem a família de número 2621. Desde a versão anterior, as ocupações do mercado são organizadas e descritas por famílias, que constituem um conjunto de ocupações similares correspondente a um domínio de trabalho.

Nessa família, por exemplo, estão presentes o “Produtor cultural”, o “Produtor cinematográfico”, o “Produtor de teatro” e os tecnólogos formados nessa área. A descrição sumária da família, que foi concebida por um comitê convidado de profissionais que atuam na área, é a seguinte:

Implementam projetos de produção de espetáculos artísticos e culturais (teatro, dança, ópera, exposições e outros), audiovisuais (cinema, vídeo, televisão, rádio e produção musical) e multimídia. Para tanto criam propostas, realizam a pré-produção e finalização dos projetos, gerindo os recursos financeiros disponíveis para o mesmo (MTE, 2010, p. 399).

Em relação à formação profissional, o documento afirma que “essas ocupações não demandam nível de escolaridade determinado para seu desempenho, sendo possível que sua aprendizagem ocorra na prática” (MTE, 2010:399), mas destaca que “segundo a tendência de profissionalização que vem ocorrendo na área das artes, (...), cada vez mais será desejável que os profissionais apresentem escolaridade de nível superior” (MTE, 2010:399). A CBO não indica, entre as suas ocupações, a figura do gestor cultu-

ral – trazendo apenas o gestor público ou o gestor de eventos, ligado a área do turismo. Ou seja, não há uma diferenciação oficial em relação a essa ocupação profissional de acordo com o MTE.

A família dos “Produtores artísticos e culturais” tem como código internacional comparativo da ocupação o 2455 – *Actores y directores de cine, radio, teatro, televisión y afines*. Esse código corresponde à Classificação Internacional Uniforme de Ocupações (CIUO 88), para comparação de estatísticas internacionais. A sigla da CIUO 88 em inglês é ISCO 88 e em francês é CITP 88. Essa comparação parece não ser a melhor possível em relação ao exposto pelo CBO, pois na família de atores e diretores de cinema, teatro e afins os produtores culturais teriam uma ocupação distinta<sup>19</sup>. A família que melhor caracterizaria esse comparativo internacional seria a de número 1229, que reúne os produtores e administradores não classificados anteriormente em outras famílias, a qual possui entre as suas tarefas “planning, directing and coordinating activities concerning recreational, cultural and sporting operations and events”.

Segundo a CBO, os produtores de rádio e televisão são regulamentados pela Lei nº 6.615/78 e Decreto nº 84.134/79<sup>20</sup> e vinculados ao Sindicato dos Radialistas; os produtores de cinema e teatro têm a profissão regulamentada pela Lei nº 6.533 de 24 de maio de 1978<sup>21</sup>, que dispõe sobre as profissões de Artista e Técnicos em Espetáculos e Diversões e estão vinculados ao Sindicato dos Artistas e Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica (Sindicine). Além do exposto pela CBO, temos ainda o registro profissional de tecnólogos em Produção Cultural e de Eventos através do Conselho Federal de Administração, desde a publicação de Resolução Normativa de nº 374<sup>22</sup> para tanto no Diário Oficial da União, no dia 13 de novembro de

2009, aprovando o seu registro nos Conselhos Regionais de Administração.

Como a área dispõe de linhas tênues de atuação, fora a questão da sua recente profissionalização, temos uma série de sindicatos e conselhos que buscam representar esse profissional, que pode acabar não se sentindo representado por nenhum deles. A área carece ainda de uma maior organização em termos de associações ou órgãos de classe que busquem congregar profissionais que possam refletir sobre as problemáticas da atuação em organização da cultura.

Podemos pensar essa relação entre produção e gestão no campo da organização da cultura sob o aspecto de diferentes grupos que tentam mudar os nomes para manter distância de certas categorias e aproximar-se de outras, onde a expressão semântica utilizada acaba por se tornar uma expressão de distância social. Como analisa Bourdieu, “o efeito de redefinição criadora observa-se, sobretudo, nas ocupações com grande dispersão e pouco profissionalizadas e nos setores mais novos da produção cultural e artística” (BOURDIEU, 2010, p. 166).

Tendo como pano de fundo essa análise da multiplicidade de terminologias e denominações dos agentes ligados à organização da cultura, iremos abordar o “estado da arte” da formação no campo da organização da cultura no Brasil, apresentando dados do mapeamento que realizamos entre os anos de 2009 e 2010 para o Ministério da Cultura.

### 3. MAPEAMENTO: PROCEDIMENTOS DA PESQUISA

O presente mapeamento abrange de forma sistemática as mais diversas instituições que trabalham na formação

em organização da cultura nos mais diferenciados níveis de aprimoramento existentes na atualidade brasileira. Portanto, ele engloba obrigatoriamente: instituições universitárias e culturais, fundações, empresas, entidades da sociedade civil, organizações não-governamentais etc.

O mapeamento foi realizado através de pesquisa on-line, acionando instrumentos de investigação apropriados (aplicação de questionários, pesquisa documental, contato telefônico para complementação de dados etc.). Ele abrange não só dados precisos acerca destes entes formadores, mas também recolhe informações quantitativas e qualitativas, referentes aos conteúdos, tecnologias e métodos pedagógicos acionados nas variadas modalidades de capacitação e aperfeiçoamento desenvolvidas pelos referidos entes. O banco de dados do mapeamento encontra-se disponível no endereço [www.organizacaocultural.ufba.br](http://www.organizacaocultural.ufba.br).

A pesquisa realizada para o mapeamento começou em 15 de junho de 2009, prosseguindo até 15 de setembro de 2009. A pesquisa foi dividida em três fases: exploração, preenchimento dos dados no banco de dados, e complementação e revisão dos dados. Inicialmente os cinco bolsistas<sup>23</sup> participantes fizeram uma etapa exploratória, para encontrar, através de ferramentas de busca<sup>24</sup>, possíveis cursos a serem adicionados no mapeamento. Dada a dispersão geográfica do universo da pesquisa, o uso da estratégia de pesquisa na rede foi uma escolha importante. Para que as buscas não fossem repetitivas entre os cinco bolsistas, eles foram divididos da seguinte forma: Secretarias, Universidades, empresas privadas, Sistema S (SESC, SENAI, SENAC, SEBRAE), Fundações e Pontos de Cultura<sup>25</sup>.

As buscas conseguiram reunir um número razoável de informações, através

do acesso a sites institucionais e informativos<sup>26</sup>, sendo que tivemos uma maior dificuldade para encontrar as ações realizadas pelos Pontos de Cultura (já que muitos não dispõem de um site próprio que descreva os seus projetos).

Todo o processo foi acompanhado por meio de reuniões semanais, para esclarecimento de dúvidas de caráter conceitual da pesquisa, e de e-mails enviados para um grupo criado para auxiliar na condução dos trabalhos<sup>27</sup>. Um corte realizado nessa fase foi referente aos seminários, congressos e encontros com temas de interesse à organização da cultura, que ficaram de fora do mapeamento devido ao seu caráter mais eventual.

Além das buscas, outra ferramenta utilizada foi o Alertas do Google: “atualizações por e-mail sobre os resultados relevantes mais recentes do Google (web, notícias, etc.) com base nos termos ou tópicos que você definir”<sup>28</sup>. Diariamente, após uma varredura de palavras-chave previamente cadastradas, todas as informações sobre “produção cultural”, “gestão cultural” e “política cultural” eram enviadas para o [gtmapeamento@gmail.com](mailto:gtmapeamento@gmail.com), e-mail utilizado na fase da pesquisa. A partir daí checávamos se tinha alguma informação sobre cursos no Alerta, para então adicioná-la no mapeamento. Essa ferramenta foi bastante útil no decorrer da pesquisa, fazendo com que um maior número de experiências pudessem ser cadastradas, além de garantir que todas as informações presentes na Internet sobre o assunto estavam sendo vasculhadas automaticamente.

Com um mês de buscas, e após reunirmos um número razoável de informações, passamos para o preenchimento das informações utilizando um banco de dados. Antes de trabalharmos com o banco de dados foi preciso definir um formulário<sup>29</sup>. Com o andamento do traba-

lho, algumas questões precisaram ser revistas para melhor afinação de critérios (por exemplo, a área temática “Captação de recursos” foi alterada para “Financiamento da cultura”, abrangendo questões relativas à captação, marketing cultural e uso de leis de incentivo), e foram alteradas conforme o questionário final.

A fase de preenchimento, devido ao grande número de instituições e cursos encontrados na fase anterior, demandou um tempo maior do que o previsto originalmente no projeto do mapeamento. Todo o processo foi acompanhado, mais uma vez, através de reuniões semanais, onde eram estabelecidos os padrões de preenchimento dos dados colhidos. Duas bolsistas<sup>30</sup> ficaram responsáveis pela complementação dos dados dos cursos de pós-graduação, graduação, graduação tecnológica e cursos técnicos. Tal universo foi escolhido devido ao seu caráter mais permanente em relação aos cursos de extensão – de perfil mais esporádico. Para isso elas entraram em contato, através de ligações telefônicas (utilizando o Skype) e/ou por e-mail, com todas as instituições previamente listadas, para solicitar as informações que faltavam. Apenas cerca de um quarto das instituições que foram contatadas respondeu complementando os dados necessários, o que apontamos como um dos limites do mapeamento, requerendo para sua complementação a pesquisa em campo, pelo menos nas instituições mais importantes.

Devido ao grande número de cursos de extensão, e ao seu caráter mais esporádico, decidimos que eles passariam apenas por uma revisão para detectar possíveis falhas da fase anterior do preenchimento (para mantermos o padrão dos dados colocados no banco de dados). O mesmo aconteceu com as instituições, que passaram por uma revisão dos dados e por uma complementa-

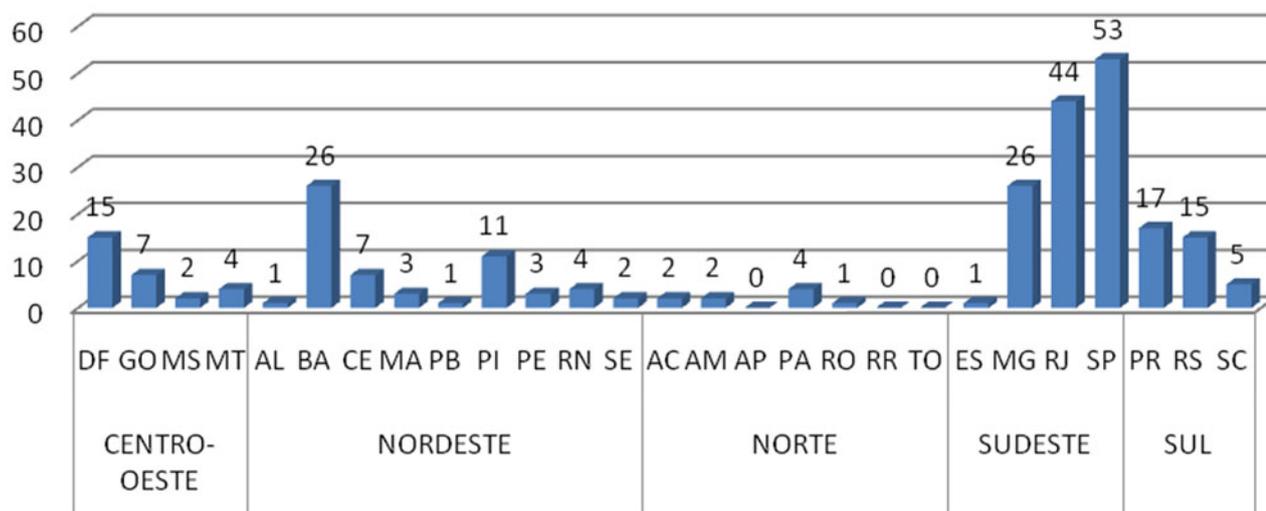
ção realizada através de mais buscas na Internet. Um dos itens revisados foi o geoprocessamento, realizado com o apoio do Google Maps<sup>31</sup>, através das coordenadas de localização das instituições. Quando a instituição não dispunha de endereço completo no seu site, o ponto marcado no geoprocessamento era o da cidade, localizada através do aplicativo do Google. Outro item bastante revisado se referia às áreas temáticas dos cursos, para atestarmos o padrão dos dados preenchidos. Um assistente e uma bolsista<sup>32</sup> contribuíram nesse processo. Com isso, demos por encerrada a fase de pesquisa, tendo como linha de corte os cursos que foram realizados até dezembro de 2009.

#### 4. DADOS MAIS RELEVANTES DAS INSTITUIÇÕES MAPEADAS

O banco de dados compreende um total de 257 instituições, 355 setores, 624 cursos e 98 publicações. Para poder cadastrar algum curso primeiro era preciso cadastrar a sua instituição de origem e o setor no qual era realizada tal formação.

Conforme demonstra o Quadro 1, do total de instituições pesquisadas, a maior parte se encontra na região Sudeste (48,44%), sendo que tal dado pode ser também visualizado através do geoprocessamento (onde é possível ver claramente a maior concentração nos estados de São Paulo (20,70%) e Rio de Janeiro (17,19%).

Quadro 1: Instituições por região e por estados



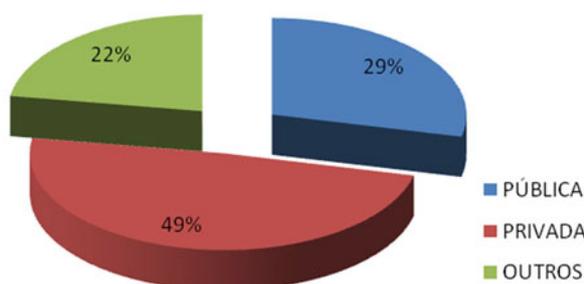
Há regiões que demonstram o dado inverso, com um pequeno número de instituições com formação nessa área. A região Norte, com seus sete estados, compreende apenas 3,52% do total, sendo que em três estados da região não foi localizada nenhuma instituição – Amapá, Roraima e Tocantins. O destaque fica com o Pará com 1,56%.

A região Nordeste tem 22,66% das instituições, com destaque para os estados da Bahia (10,16%), Piauí (4,30%) e Ceará (2,73%). A região Sul possui 14,45% das instituições, com destaque para o Paraná (6,64%) e o Rio Grande do Sul (5,86%). Por fim, a região Centro-Oeste (10,94%), com destaque para o Distrito Federal (5,86%) e Goiás (2,73%). Nesses números estão as

instituições que promovem cursos de curta duração e que não apresentam regularidade na oferta. Isso explica, por exemplo, que o Piauí apareça com uma porcentagem relativamente alta, se comparada com outros estados nordestinos, como Pernambuco, por exemplo, e não tenha nenhuma instituição entre as que ofertam graduação ou pós na área, como veremos.

A maior parte das instituições pesquisadas que trabalham com formação em organização da cultura são privadas (49%), seguidas de públicas (29%) e outras (22%). As instituições privadas compreendem desde universidades e faculdades até empresas de produção ou gestão cultural. As instituições públicas referem-se em sua maioria a universidades públicas e a órgãos de gestão estatal na área da cultura (secretarias e fundações), de diferentes entes (federal, estaduais e municipais). Já o status de outras compreende desde associações a organizações não-governamentais. Segue gráfico das instituições conforme seu status legal:

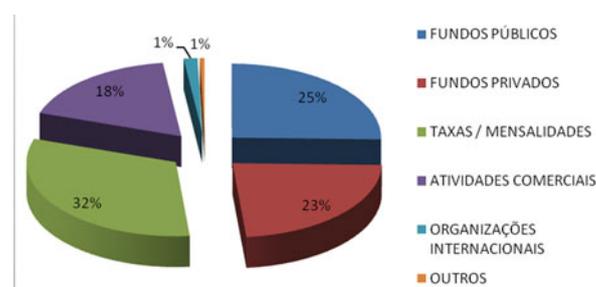
Quadro 2: Instituições por status legal



Também era do interesse da pesquisa saber quais as fontes de recursos que a instituição dispunha. Seguindo o dado anterior, no qual a maioria das instituições eram privadas, tais como faculdades, a maior fonte de recurso das instituições que trabalham com formação na

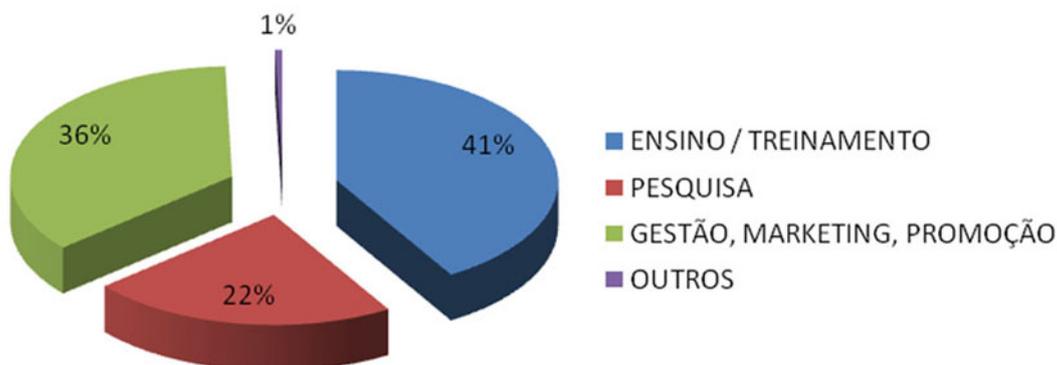
área se dá através de taxas de inscrição e/ou mensalidades para participação no curso (31,59%). Depois temos os fundos públicos (ministérios, fundos governamentais, etc.), com 25,37% e os fundos privados (fundações, doações, patrocinadores, etc.) com 23,13%. As atividades comerciais (vendas, consultoria, etc.) correspondem a 17,91% dos recursos. Essa questão permitia a marcação de respostas múltiplas, dado a possibilidade das instituições disporem de recursos de fontes diversas. Segue abaixo gráfico comparativo das fontes de recursos:

Quadro 3: Instituições por recursos



Outro dado colhido das instituições foi sobre as suas atividades principais, para podermos saber, por exemplo, qual o quantitativo de instituições que são estritamente de ensino e oferecem formação em organização da cultura. A maior parte das instituições pesquisadas tem como atividade principal o ensino (41,38%), seguidas de instituições que trabalham com gestão, marketing e promoção (35,71%) e de pesquisa (22,41%). Essa questão era preenchida de forma mais precisa através da busca anterior da missão da instituição, onde podíamos aferir quais eram os seus objetivos e atividades. A missão das instituições, perguntada de forma aberta, está presente nas fichas cadastradas no banco de dados.

Quadro 4: Instituições por atividades principais



Outras informações colhidas de forma aberta das instituições se referem ao seu contato (site, e-mail, telefone), nome do diretor, endereço (com cidade e estado, sendo utilizado posteriormente para afinar o geoprocessamento), o seu ano de estabelecimento e uma imagem ilustrativa (para compor a ficha do banco de dados, podendo ser desde uma foto das instalações até a logomarca da mesma).

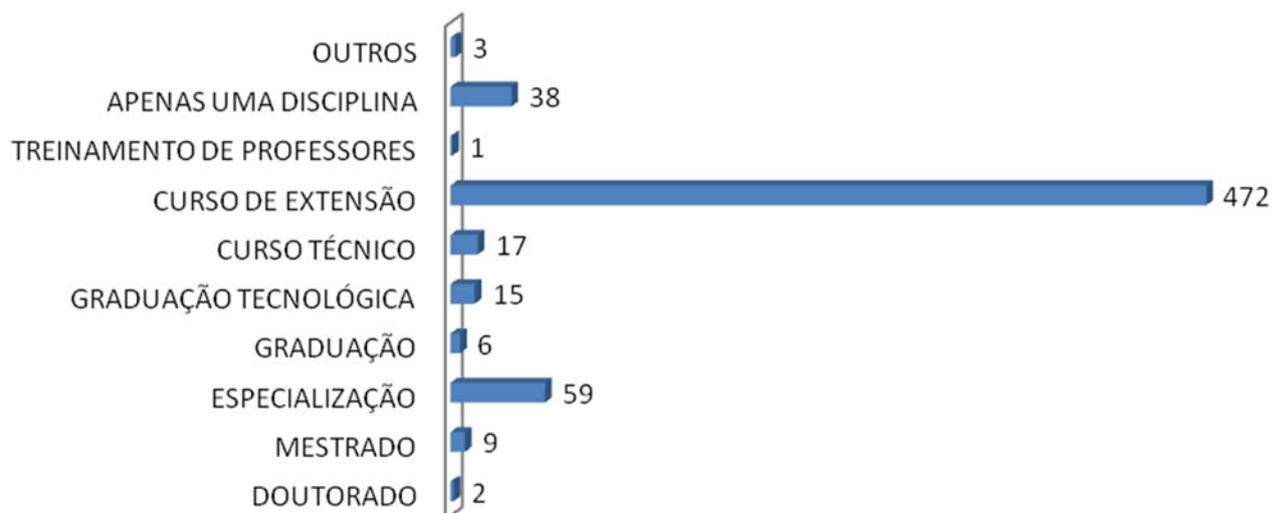
Podemos concluir, a partir das informações acima, que há no país um processo concentrador no que se refere a instituições de formação em organização da cultura, tendo como outro lado perverso da moeda o fato de alguns estados não possuírem nenhuma instituição. Outro elemento que merece atenção por parte de uma política pública é a presença majoritária de empreendimentos privados, o que dificulta a maior absorção da demanda, uma vez que nem toda ela dispõe de recursos para investir em formação. Por fim, é importante estar atento para o fato de que uma grande parte destas instituições não possui o ensino, e muito menos a pesquisa, como sua principal atividade, mas as áreas de gestão, marketing e promoção. Isso sinaliza, primeiro, a fragilidade pedagógica destas instituições e, segundo, que o fim último destes

cursos seja a atuação no mercado, em detrimento do setor público.

## 5. DADOS MAIS RELEVANTES DOS CURSOS MAPEADOS

Dos 626 cursos pesquisados temos um universo grande de níveis de formação. A maior parte dos cursos (75,88%) é de extensão, ou seja, cursos que têm um caráter mais esporádico. Depois temos 9,49% de cursos de especialização (sendo que alguns cursos ofertados nunca conseguiram fechar uma turma, dado que será analisado mais adiante), seguidos de 6,11% de cursos outros que contêm disciplinas na área da organização da cultura em seu quadro formativo. Inicialmente esse não seria o foco da pesquisa, mas como conseguimos na fase exploratória um número grande de cursos (38 experiências) que continuam apenas parte do seu currículo na área decidimos cadastrá-los no banco de dados, com essa ressalva (são cursos de níveis variados de formação, que estão agregados de uma forma diferente). Temos pouca oferta de graduação na área (0,96%), mas podemos perceber um número maior de cursos de graduação tecnológica (2,41%), num somatório total apenas de 3,37%. Os cursos técnicos oferecidos na área correspondem a um total de 2,73%.

Quadro 5: Cursos por nível / tipo

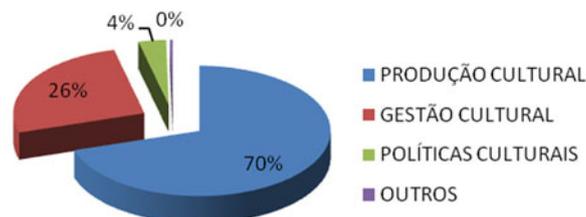


A maior concentração de cursos na área de extensão e o reduzido número de cursos superiores indicam que, no que se refere à formação, o setor organizativo da cultura encontra-se em uma situação muito frágil. Percebe-se que é uma área recente na academia, com poucas universidades ofertando cursos em áreas do setor. O que implica também na fragilidade do campo de pesquisas sobre o tema, bem como das atividades de extensão – extensão entendida aqui como o conjunto de atividades dos docentes e discentes de uma instituição superior de ensino na sociedade onde está inserida. Tal contexto não deixa de marcar a qualidade dos profissionais do setor que, como veremos, vêm das mais diversas áreas e muitas vezes não possuem os atributos exigidos para o exercício das atividades organizativas da cultura, como discutido na Introdução.

Como já exposto anteriormente, definimos a área da organização da cultura através da atuação em produção, gestão e políticas culturais. Com isso decidimos aferir os cursos conforme essa divisão do campo, encontrando os seguintes dados: 70,18% dos cursos são na área de produção cultural, 26,09% dos cursos são na área

de gestão cultural, e 3,40% dos cursos são na área de políticas culturais. Segue abaixo gráfico comparativo dos cursos por campo:

Quadro 6: Cursos por campo

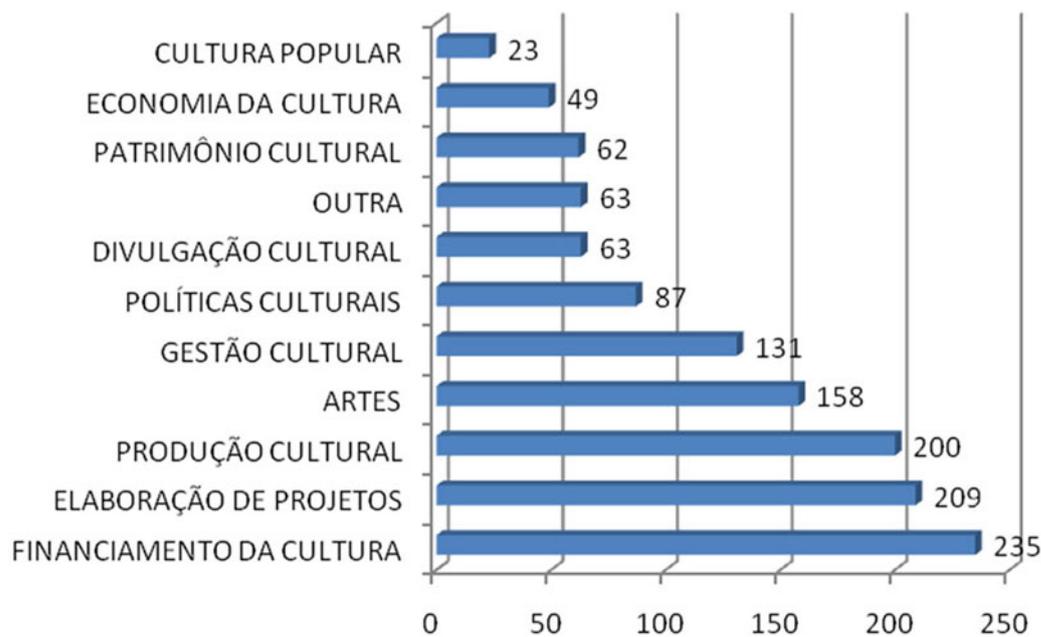


Depois da divisão por campo, definimos os cursos através das suas áreas temáticas, questão que permitia a marcação de múltiplas respostas. A área correspondente ao financiamento da cultura teve a maior porcentagem de cursos, com o total de 18,22%. Tal área temática abrange os cursos ligados a captação de recursos, ao marketing cultural e ao uso das leis de incentivo a cultura (esse dado pode ser associado com o dos cursos de extensão, os quais versam, em sua maioria, sobre essas questões). A segunda área temática

com maior concentração é elaboração de projetos (com 16,20%), que, de certa forma, poderia estar ligada a questões de financiamento (já que a feitura de projetos é uma das atividades precisas para a captação de recursos), mas como tem um grande número ficou destacada como outra área. No total, podemos agrupar um total de 34,42% de cursos que são majoritariamente ligados a questões do financiamento. Destaca-se também a quantidade de cursos na área de produção (terceira

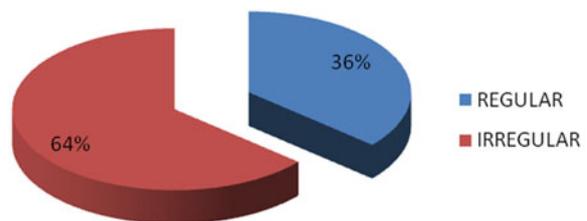
posição), gestão (quinta posição) e política (sexta posição), que podemos considerar como o “núcleo duro” da organização da cultura. Por fim, merece ressaltarmos a boa posição ocupada pelas artes<sup>33</sup> (quarta posição). No primeiro questionário algumas áreas temáticas foram cortadas, já que percebemos um número muito reduzido (ou quase nulo) de experiências (tal como cursos com temática em conselhos de cultura). Segue abaixo quadro completo dos cursos por áreas temáticas:

Quadro 7: Cursos por área temática



Do total de cursos, 63,75% foram considerados irregulares (*ad hoc*) – irregular no sentido de não serem ofertados com regularidade, ou seja, sem frequência definida (dado que pode ser facilmente entendido se pensarmos que a maioria dos cursos é de extensão) –, e 36,25% têm caráter regular (com periodicidades diversas).

Quadro 8: Cursos por regularidade

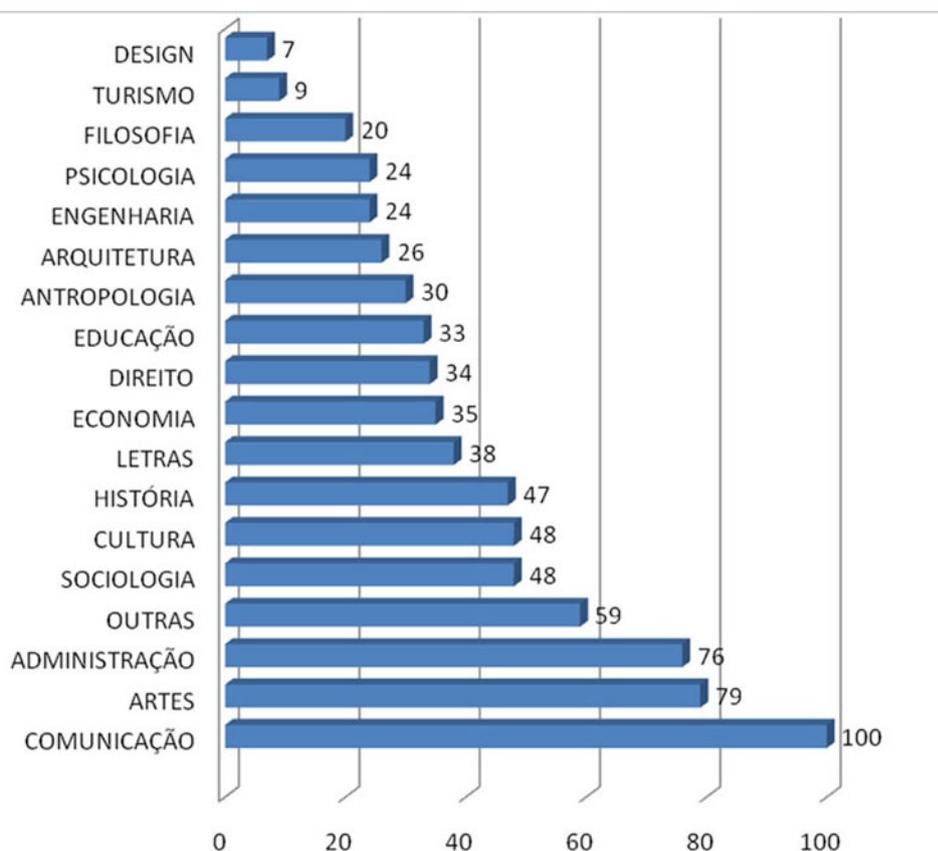


Devido ao caráter multidisciplinar do campo da organização da cultura, decidimos aferir, através dos currículos dos professores (parte dos dados foi pesquisada através da plataforma Lattes do CNPq), quais são as áreas de conhecimento de proveniência<sup>34</sup>. As áreas com maior concentração de professores foram Comunicação (com 13,50%), Artes (com 10,66%), e Administração (com 10,26%). Uma das áreas aferidas foi Cultura<sup>35</sup>, que traz um número de professores (6,48%) com formação, por exemplo, em gestão cultural – um dado positivo para o fortalecimento desse campo de formação, já que há uma retroalimentação de profissionais qualificados nos primeiros ciclos formativos do setor.

A diversidade de áreas, inclusive fora das Humanidades, como é o caso da Engenharia, demonstra mais uma vez a fragilida-

de acadêmica do setor que permite a inserção, quase que aleatória, de professores com diferentes formações. Este quadro, por um lado indica, no caso das áreas de conhecimento mais próximas ao campo da organização da cultura, a perspectiva multidisciplinar exigida para uma formação de qualidade. Mas, por outro lado, o que é preocupante, sinaliza como este é um setor novo, sem tradição no que se refere às mínimas exigências curriculares. Ao mesmo tempo, é um campo de trabalho que vem ganhando grande visibilidade na atual configuração da economia, onde os bens e serviços simbólicos ocupam lugar de destaque. O que se pode deduzir é que muitos desses profissionais atuavam em outras áreas antes de entrar nesse mercado – o que mostraria a força gravitacional do campo da cultura. Segue abaixo quadro completo dos professores por área do conhecimento:

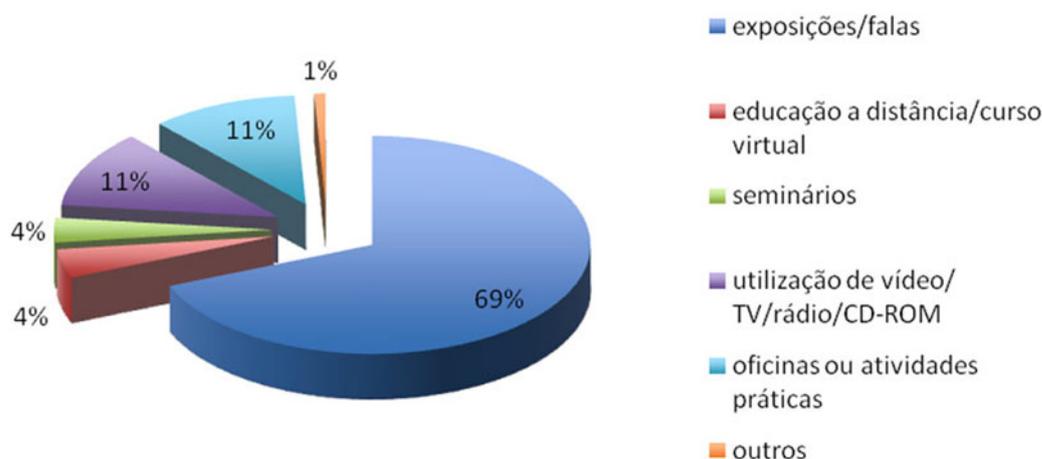
Quadro 9: Áreas de conhecimento de proveniência dos professores por curso



Em relação aos procedimentos metodológicos adotados, a maior parte dos cursos utiliza aulas expositivas (68,84%), seguido da utilização de multimeios (11,49%), e da realização de oficinas ou atividades práticas (10,90%). A grande concentração em aulas expositivas revela que a formação

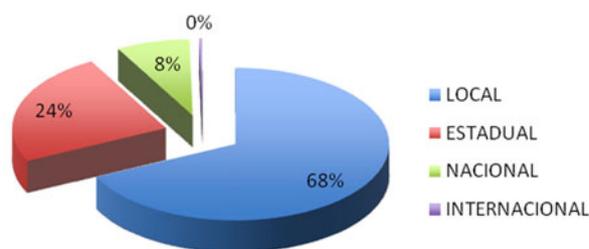
peca por não permitir ao corpo discente a vivência de experiências concretas em produção, gestão e/ou elaboração e execução de políticas culturais. Apenas 4,27% dos cursos trabalham com educação a distância. Segue abaixo gráfico que relaciona os procedimentos metodológicos por curso:

Quadro 10: Procedimentos metodológicos por curso



Em relação à proveniência dos estudantes, a maioria dos cursos pesquisados atua de forma local (67,90%), seguidos de cursos com abrangência estadual (24,03%). Poucos cursos trabalham com uma abrangência nacional, sendo que um dos pontos que auxiliam nessa limitação é ainda a pequena quantidade de cursos virtuais sobre organização da cultura. A pouca quantidade de alunos estrangeiros que procuram o Brasil para fazer algum curso no que se refere à organização da cultura revela a falta de tradição no país deste tipo de formação e, portanto, seu pouco reconhecimento internacional. Segue abaixo gráfico que reúne os dados da proveniência dos estudantes:

Quadro 11: Proveniência dos estudantes por curso



Dentre os requerimentos para admissão nos cursos, a maior parte se refere ao pagamento de inscrição do mesmo (28,46%). Há ainda outras possibilidades de admissão, na seqüência: experiência (13,97%), processo seletivo

(13,04%), grau de escolaridade – universitário (11,99% - que se refere, em sua maioria, aos cursos de pós-graduação), grau de escolaridade – secundário (9,35% - que se refere, em sua maioria, aos

cursos de graduação e graduação tecnológica), e idade (7,64%). 10,28% dos cursos não têm nenhum requerimento prévio de admissão. Segue gráfico comparativo dos requerimentos para admissão por cursos:

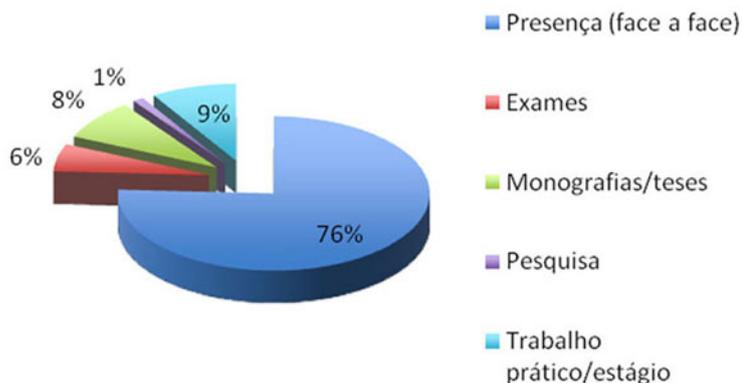
Quadro 12: Requerimentos para admissão por curso



Em relação aos requerimentos para conclusão dos cursos, a maioria se resume a presença dos alunos (75,77%). Isto se explica pelo dado de que estes cursos são, em grande maioria, de extensão e com curta duração. Assim, não demandam critérios de seleção, muito

menos de conclusão – mais um índice da fragilidade de formação no setor. Dentre outros requerimentos, estão a realização de trabalhos práticos e/ou estágios (8,87%), monografias e/ou teses (8,45%), exames (5,77%) e pesquisa (1,13%).

Quadro 13: Requerimentos para conclusão por curso



Outras questões abertas foram colocadas em relação aos cursos, dentre elas: objetivos, ano de início, número de programas organizados (até 2009), diretor/pessoa responsável, nomenclatura da certificação, duração do curso, quantidade de professores (listagem com nomes e titulação), público-alvo, quantidade de alunos por curso, custo total para participação no curso, atividades extra-curriculares, se o curso é oferecido em parceria com alguma outra instituição, se já foi replicado em outras cidades, e se o curso faz parte de alguma rede / associação nacional ou internacional no campo da cultura. Para finalizar o cadastro ainda tínhamos a possibilidade de anexar informações complementares, tais como: currículo do curso, ementas das disciplinas, bibliografia e outros documentos de interesse.

## 6. CONSIDERAÇÕES SOBRE O MAPEAMENTO

A partir dos dados apresentados acima podemos fazer algumas inferências acerca do “estado da arte” no que se refere à formação em organização da cultura no Brasil. Inferências que apontam para a necessidade urgente de se elaborar no país uma política nacional voltada para essa questão. Seguindo as informações apresentadas, o primeiro ponto a justificar tal política é, como já foi dito anteriormente, a *fragilidade acadêmica* da formação no setor. Quando falamos sobre a organização da cultura, temos no Brasil um campo não estabelecido. Contexto que se revela nos dados apresentados e analisados: a maior parte dos cursos pesquisados (75,88%) é qualificada como “extensão”; a limitada abrangência nacional dos cursos (apenas 7,73%); a pouca quantidade de diferentes procedimentos metodológicos, tais como práticas (10,90%) e cursos a distância (4,27%); a pouca quantidade de processos seletivos para a admissão do aluno (apenas 13,04% – faltam exigências quanto ao ingresso dos

alunos além dos aspectos financeiros); e pouca avaliação (apenas um quarto dos cursos trazem a exigência de trabalhos finais para a sua conclusão – 24,23%).

Um segundo ponto a ser abordado são os aspectos regionais. Constatamos que a grande maioria das instituições envolvidas com formação em organização da cultura encontra-se na região Sudeste (48,44%), e mais especificamente em São Paulo (20,70%) e Rio de Janeiro (17,19%). O outro lado crítico deste dado é de que a região Norte possui apenas 3,52% de instituições atuantes no setor, sendo que os estados do Amapá, Roraima e Tocantins não apresentam nenhuma.

Tal tendência vem sendo enfrentada pelo Ministério da Cultura nas gestões Gilberto Gil / Juca Ferreira apesar de não ter sido de todo revertida. Portanto, deve haver um esforço maior por parte dos entes federados, sob coordenação do Governo Federal, na criação dos referidos cursos nas regiões Norte, Centro-Oeste, Nordeste, Sul e Sudeste, em ordem decrescente de prioridades. Por outro lado, sabemos que mesmo em São Paulo e Rio de Janeiro, estas instituições estão basicamente situadas na capital, revelando a uma concentração dentro dos estados que também deve ser evitada.

## Bibliografia

AVELAR, Rômulo. *O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural*. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

BARBA, Alfonso Hernández. *Dilemas para os gestores culturais: uma proposta formativa com cinco eixos*. In: CALABRE, Lia (org.). *Políticas culturais: reflexões sobre gestão, processos participativos e desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2009.

BARBALHO, Alexandre. *Políticas culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença*. In:

- RUBIM, Albino; e BARBALHO, Alexandre (org.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador: Edufba, 2007.
- BARBOSA, Lúcia Machado; BARROS, Maria do Rosário Negreiros; e BIZERRA, Maria da Conceição (org.). *Ação cultural: idéias e conceitos*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2002.
- BAYARDO, Rubens. A gestão cultural e a questão da formação. In: *Revista Observatório Itaú Cultural*. N° 6 (jul./set. 2008). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *Escritos de Educação*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2010.
- BRITO, Moema Renart de. *Manual de administração teatral*. Rio de Janeiro: Serviço Nacional de Teatro, 1973.
- CALABRE, Lia. Profissionalização no campo da gestão pública da cultura nos municípios brasileiros: um quadro contemporâneo. In: *Revista Observatório Itaú Cultural*. N° 6 (jul./set. 2008). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- CHABANEAU, Luis Enrique. Gestor cultural, una profesión emergente. In: *Revista Prisma* n° 8 - Gestión cultural. Montevideo: Universidad Católica del Uruguay, 1997.
- COELHO, Teixeira. *Usos da cultura: políticas de ação cultural*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- \_\_\_\_\_. Precedentes para uma análise sobre a formação e a atuação dos produtores culturais. In: FERREIRA, Giovandro Marcus; e DALMONTE, Edson Fernando (orgs.). *Comunicação e pesquisa: região, mercado e sociedade digital*. Salvador: Edufba, 2007.
- COSTA, Leonardo Figueiredo. Profissionalização da organização da cultura no Brasil: uma análise da formação em produção, gestão e políticas culturais. (Doutorado Multidisciplinar em Cultura e Sociedade). Universidade Federal da Bahia, 2011.
- CUNHA, Maria Helena. *Formação do Profissional de Cultura: desafios e perspectivas*. In: BRANT, Leonardo (org.). *Políticas Culturais*. Barueri: Manole, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Gestão cultural: profissão em formação*. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2007.
- FISCHER, Micky. *Marketing cultural: legislação, planejamento e exemplos práticos*. São Paulo: Global, 2002.
- GÓMEZ ZÚÑIGA, Rocío Del Socorro. *Gestión cultural: conceptos y herramientas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2008.
- LYRA, Heloísa (org.). *A cena pelo avesso: subsídios para apostila sobre a organização do conhecimento da administração teatral*. Rio de Janeiro: FUNDACEN, 1989.
- MEDRANO, Blanca Brambila. *La formación para el promotor cultural en México: antecedentes y características*. In: OROZCO, José Luis Mariscal (org.). *Educación y gestión cultural: experiencias de acciones culturales en prácticas educativas*. Guadalajara; Universidad de Guadalajara, 2009.
- MELO NETO, Francisco Paulo de. *Marketing de Patrocínio*. Rio de Janeiro: Editora Sprint, 2000.
- MINC - MINISTÉRIO DA CULTURA. Secretaria de Articulação Institucional – SAI. *Proposta de Estruturação, Institucionalização e Implementação do Sistema Nacional de Cultura: versão aprovada pelo Conselho Nacional de Política Cultural (26/08/2009)*. Brasília: MinC, 2009.
- MTE - MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. *Classificação Brasileira de Ocupações*. Brasília: MTE, SPPE, 2010.
- MOREIRA, Elena. *Gestión cultural: herramienta para la democratización de los consumos culturales*. Buenos Aires: Longseller, 2003.
- OEI. *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*. Madri: Organización dos Estados Ibero-Americanos, 1998.
- OROZCO, José Luis Mariscal. *Formación y capacitación de los gestores culturales*. In: Apertura. Universidad de Guadalajara (México), número 4, vol. 6, 2006.
- REVISTA OIC - REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL. N° 6 (jul./set. 2008). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- RODRIGUES, Luiz Augusto F. *Gestão cultural e seus eixos temáticos*. In: CURVELLO, Maria Amélia et al. (orgs.). *Políticas públicas de cultura do Estado do Rio de Janeiro: 2007-2008*. Rio de Janeiro: UERJ/Decult, 2009.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios*. In: RUBIM, Albino; e BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Políticas Culturais no Brasil*. Salvador: Edufba, 2007.

\_\_\_\_\_. Formação em Organização da Cultura no Brasil. In: *Revista Observatório Itaú Cultural*. N° 6 (jul./set. 2008). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RUBIM, Linda. *Produção cultural*. In: RUBIM, Linda (org.). *Organização e Produção da Cultura*. Salvador: Edufba, 2005.

SESI - SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA. Tecnologia SESI Cultura e as leis de incentivo: desenvolvendo competências para busca de financiamento e viabilização de projetos culturais. Brasília: SESI/ Departamento Nacional, 2007.

TATSCH, Flavia Galli. *Gestores e mediadores: profissionais da cultura, agentes de transformação*. Mestrado em Ciências da Informação, Universidade de São Paulo, 2001.

UNESCO. *Training in Cultural Policy and Management*. International Directory of Training Centers: Europe, Russian Federation, Caucasus, Central Asia. Bruxelas: ENCATC, 2003.

---

<sup>1</sup> Professor Titular do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos da Universidade Federal da Bahia. rubim@ufba.br

<sup>2</sup> Professor Adjunto da Universidade Estadual do Ceará. alexandrebarbalho@hotmail.com

<sup>3</sup> Professor Adjunto da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. leo.fcosta@gmail.com

<sup>4</sup> No nosso entendimento, existem três patamares distintos da organização da cultura: 1) a dos formuladores e dirigentes, afeitos ao patamar mais sistemático e macro-social das políticas culturais; 2) a dos gestores, instalados em instituições ou projetos culturais mais permanentes, processuais e amplos e 3) a dos produtores, mais adstritos a projetos de caráter mais eventual e micro-social. A formação em organização da cultura, portanto, deve compreender estes três patamares que possuem, cada um, suas peculiaridades, bem como características em comum.

<sup>5</sup> Não podemos desvincular tal carência de uma mais ampla: a da própria elaboração e execução das políticas culturais no Brasil, marcadas por seu caráter tardio, assistemático, carente de planejamento, continuidade e recursos financeiros, além de espaço privilegiado de práticas que marcam historicamente a cultura política brasileira como um todo: autoritarismo, assistencialismo, clientelismo, patrimonialismo.

<sup>6</sup> A discussão que segue nos subitens 1 “Animadores, administradores ou gestores? (In)Definições na organização da cultura latino-americana” e 2 “O caso brasileiro: produção e gestão culturais” encontram-se, com pequenas alterações, na tese de Leonardo Costa intitulada *Profissionalização da organização da cultura no Brasil*. A esse respeito ver COSTA, 2011.

<sup>7</sup> <http://www.campus-oei.org/cult003.htm> (acesso em 06/10/2009).

<sup>8</sup> <http://www.campus-oei.org/cult003.htm> (acesso em 06/10/2009).

<sup>9</sup> [http://vinculacion.conaculta.gob.mx/prog\\_capcult\\_sistna1.html](http://vinculacion.conaculta.gob.mx/prog_capcult_sistna1.html) (acesso em 02/01/2011).

<sup>10</sup> [http://vinculacion.conaculta.gob.mx/prog\\_capcult\\_programas.html](http://vinculacion.conaculta.gob.mx/prog_capcult_programas.html) (acesso em 02/01/2011).

<sup>11</sup> Segundo dados mais recentes, foram capacitados cerca de 23.000 alunos em gestão cultural no México pelo programa (BARBA, 2009). Infelizmente não conseguimos checar esse dado com estatísticas oficiais do próprio governo.

<sup>12</sup> [http://pt.wikipedia.org/wiki/Celebridade\\_\(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Celebridade_(telenovela)) (acesso em 01/03/2008).

<sup>13</sup> Algo semelhante abordado por Rocío Del Socorro Gómez Zúñiga, que utiliza o termo produtor cultural englobando a criação artística, ressaltando apenas uma diferença entre os produtores culturais formais e os informais – ou amadores (GÓMEZ ZÚÑIGA, 2008:72).

<sup>14</sup> A pesquisadora Maria Helena Cunha no seu livro *Gestão cultural: profissão em formação* expõe a noção do gestor cultural ao tratar os seus entrevistados, base para o seu trabalho de construção do campo cultural em Belo Horizonte. Entretanto, ao contrário da escolha da autora, alguns entrevistados fazem a opção nas suas narrativas pelo título de produtor cultural – o que dificulta a discussão sobre uma distinção entre as profissões (CUNHA, 2007).

<sup>15</sup> Inscrito no âmbito da atividade de produção cultural, são assinaladas principalmente três fases na execução de projetos: pré-produção, produção, pós-produção. Na pré-produção temos a idealização do projeto, a formatação, o planejamento, a captação etc. A produção é o momento de maior tensão, pois além da execução existe o monitoramento constante, para que as coisas saiam como foram planejadas. Por fim, na pós-produção, será avaliado e criticado todo o percurso do projeto, para que se tenha um aprendizado em relação ao que foi executado e uma melhor continuidade de ações. O produtor cultural preferencialmente formula um modo de fazer com que as obras de criadores tornem-se visíveis e ganhem uma maior notoriedade, através de eventos e produtos, presenciais ou midiáticos (RUBIM, 2005).

<sup>16</sup> Site que disponibiliza gratuitamente entrevistas em vídeo com 100 gestores, artistas e realizadores culturais de todas as regiões do Brasil. O projeto é uma realização da Casa da Cultura Digital e da Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura. <http://www.producaocultural.org.br/no-blog/conheca-o-projeto/> (acesso em 29/12/2010).

<sup>17</sup>

<http://www.producaocultural.org.br/wp-content/themes/prod-cultural/integra/integra-leandro-knopfholz.html> (acesso em 29/12/2010).

<sup>18</sup> A CBO teve a sua versão mais recente lançada em 2010 pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), e é o documento que “reconhece, nomeia e codifica os títulos e descreve as características das ocupações do mercado de trabalho brasileiro”. A CBO é uma ferramenta que serve para as estatísticas de emprego-desemprego, para o estudo das taxas de natalidade e mortalidade das ocupações, para o planejamento das reconversões e requalificações ocupacionais, na elaboração de currículos, no planejamento da educação profissional, no rastreamento de vagas, e dos serviços de intermediação de mão-de-obra. Disponível em <http://www.mtecb0.gov.br/cbosite/pages/saibaMais.jsf> (acesso em 21/12/2010).

<sup>19</sup>

<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/isco88/2455.htm> (acesso em 29/12/2010).

<sup>20</sup> [http://www.imprensa.org.br/leis\\_prof\\_radialistas.html](http://www.imprensa.org.br/leis_prof_radialistas.html) (acesso em 29/12/2010).

<sup>21</sup> <http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L6533.htm> (acesso em 29/12/2010).

<sup>22</sup>

<http://www.cfa.org.br/download/RN09374%20consolidada.pdf> (acesso em 02/01/2011).

<sup>23</sup> Clara Marques, Geise Oliveira, Rafael Raña, Sara Regis e Simone Batista (alunos do curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia).

<sup>24</sup> A principal ferramenta utilizada foi o Google <<http://www.google.com.br>>.

<sup>25</sup> O Programa Cultura Viva, através do projeto Pontos de Cultura convenia instituições com atuação na área cultural para articular e impulsionar as ações que já existem nas suas comunidades. Devido a quantidade de Pontos existentes e a diversidade das suas localizações geográficas decidimos colocá-los como um dos itens principais da pesquisa.

<sup>26</sup> Sites informativos que traziam, por exemplo, a divulgação das inscrições de determinado curso.

<sup>27</sup> <[gtmapeamento@googlegroups.com](mailto:gtmapeamento@googlegroups.com)>.

<sup>28</sup> <<http://www.google.com.br/alerts>>.

<sup>29</sup> Questionário inspirado no documento *Training in Cultural Policy and Management* (UNESCO, 2003).

<sup>30</sup> Geise Oliveira e Sara Regis.

<sup>31</sup> <<http://maps.google.com.br/>>.

<sup>32</sup> Ugo Mello (graduado em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal da Bahia) e Clara Marques.

<sup>33</sup> Sendo entendida aqui não como o processo de criação, e sim de organização do campo das linguagens artísticas.

<sup>34</sup> Além das áreas previamente colocadas no questionário, em “outros” encontramos: Ciência Política, Relações Internacionais, Medicina, Oceanografia, Tecnologia da Informação, Medicina Veterinária, Biologia, Geografia, Geologia, Física, Química, Museologia, Ciências da Informação, Agronomia, Botânica, Educação Física, Teologia, Ciências Contábeis, Matemática; num total de 36 áreas do conhecimento.

<sup>35</sup> Inicialmente tal área não constava no questionário, mas foi incluída após observações dos bolsistas na primeira fase de preenchimento de dados no sistema, já que era uma das áreas percebidas de forma recorrente no currículo de alguns professores.

Contato:

Antonio Albino Canelas Rubim - [rubim@ufba.br](mailto:rubim@ufba.br)

Alexandre Barbalho - [alexandrebarbalho@hotmail.com](mailto:alexandrebarbalho@hotmail.com)

Leonardo Costa - [leo.fcosta@gmail.com](mailto:leo.fcosta@gmail.com)